

Emma Koivisto

SATAKUNNAN ALUEEN POTENTIAALISTEN GREEN CARE -
YRITYSTEN HAASTATTELUTUTKIMUS

Matkailun koulutusohjelma
2014

SATAKUNNAN ALUEEN POTENTIAALISTEN GREEN CARE -YRITYSTEN HAASTATTELUTUTKIMUS

Koivisto, Emma
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Kesäkuu 2014
Ohjaaja: Ruoho, Jaana
Sivumäärä: 41
Liitteitä: 2

Asiasanat: Green Care, yrityshaastattelut, Satakunta, hyvinvointi

Opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia aitoja mielipiteitä ja näkemyksiä koskien Green Carea ja sen mahdollista kasvupotentiaalia haastatteleamalla Satakunnan alueen potentiaalisia Green Care -yrityksiä. Tuloksilla pyrittiin edistämään Green Care -toimintaa Satakunnan alueella.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän keinoin. Tiedonkeruu suoritettiin henkilökohtaisina haastatteluina, joista valtaosa tapahtui haastateltujen yritysten tiloissa. Jokaisen haastattelun pohjana oli ennakoon laadittu haastattelulomake, joka sisälsi kolmeen eri osa-alueeseen jaettuja avoimia kysymyksiä. Kysymykset käsittelivät mitä haastateltava ymmärtää Green Carella ja millaiseksi osaksi yrityksensä liiketoimintaa hän kokee sen.

Työn toimeksiantaja oli Green Care esiselvitys- ja tiedotushanke 1.9.2013–30.6.2014, jonka tavoitteita mukaillen asetettiin myös tämän tutkimuksen tavoitteet. Green Care on Suomessa uusi ilmiö ja sillä tarkoitetaan toimintaa, jossa tavoitteellisesti käytetään luontoa ihmisen hyvinvoinnin edistämiseen ja ylläpitämiseen. Green Care toimii sateenvarjokäsitteenä monille eri tavoille toteuttaa luontolähtöisten menetelmien käyttöä. Green Care -yritystoiminta jakautuu kahteen eri osa-alueeseen: luontohoivaan ja luontovoimaan. Tässä tutkimuksessa haastatellut yritykset olivat luontovoiman määritelmän mukaisia palveluntuottajia. Luontohoivassa on kyse sairauksia ja muita terveyshaittoja ennaltaehkäisevästä virkistystoiminnasta.

Tutkimuksen tulokset auttavat Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeen toimijoita laatimaan jatkotoimenpidesuunnitelmaa siten, että se parhaiten vastaa eri tahojen tarpeita. Työn tuotoksia ovat haastattelulomake ja sen tuloksellisen käytön saavuttamiseksi laadittu haastattelun toteutusohje. Nämä tuotokset jäävät jatkokäyttöön ja niiden avulla voidaan kartoittaa Green Care -toimintaa ja sen painopisteitä siten, että tulokset ovat samanarvoisia tämän tutkimuksen kanssa.

INTERVIEWSTUDY OF POTENTIAL GREEN CARE -ENTREPRENEURS IN SATAKUNTA

Koivisto, Emma

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

June 2014

Supervisor: Ruoho, Jaana

Number of pages: 41

Appendices: 2

Keywords: Green Care, interviewing entrepreneurs, Satakunta, wellbeing

The purpose of this thesis was to research true opinions and perspectives considering Green Care and its' ability to grow by interviewing potential Green Care -entrepreneurs in Satakunta. The object of the results was to contribute to the development of Green Care related business in Satakunta.

The research was performed by using the means of qualitative research method. The information was gathered by doing personal interviews which mostly took place in the entrepreneurs' premises. Each interview was based on the advanced written question form that included open questions divided into three different sectors. The questions were about what the interviewed person understands with Green Care and what kind of part it could have in his or hers business.

The client to this thesis was the Green Care preliminary investigation and publicity project 1.9.2013-30.6.2014 on which objectives were imitated to form the objectives of this research. Green Care is a new phenomenon in Finland and it means actions that objectively use nature based methods to create and maintain individuals' wellbeing. Green Care acts as an umbrella concept to all the different ways to use these methods. Green Care -business is divided in two different sectors: nature care and nature power. The entrepreneurs interviewed in this research were from the nature power sector. Nature power is about prevention of diseases and other health issues with providing recreational services.

The results of the research help the operators of Green Care preliminary investigation and publicity project to create the follow-up action plan so that it answers to the needs of all different quarters. The outputs of this thesis are the interview form and the instruction of performing the interview which is purposed to guarantee the productiveness. These outputs are left to follow-up use and can be used to survey Green Care -business and its' focal points so that the results are compatible with this research.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ	5
2.1	Tutkimuksen lähtökohdat	5
2.2	Tutkimuksen tavoitteet ja tarkoitus	6
2.3	Tutkimusmenetelmä	7
2.4	Tutkimusongelma	8
3	YRITYSHAASTATTELUT	9
3.1	Haastateltavat yritykset	9
3.2	Haastattelun toteutus	14
3.2.1	Puolistrukturoitu teemahaastattelu	15
3.2.2	Haastattelulomakkeen laatiminen	16
3.2.3	Haastattelun teemat	16
4	GREEN CARE	17
4.1	Green Care esiselvitys- ja tiedotushanke 1.9.2013–30.6.2014	20
4.2	Green Care Finland ry	20
5	WELLNESS-MATKAILU JA SEN YHTÄLÄISYYS GREEN CAREEN	21
5.1	Laaja terveystiedotus	23
5.2	Yhteiskunnalliset muutostrendit	24
6	HYVINVOINTI	25
6.1	Green Care kasvumahdollisuutena	25
6.2	Hyvinvointialan haasteet Satakunnassa	27
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	28
7.1	Teema 1: Green Care käytännössä	28
7.1.1	Green Care yrittäjien sanoin	28
7.1.2	Green Care osana yritysten toimintaa	30
7.2	Teema 2: Jatko, kehittyminen ja tulevaisuus	31
7.3	Teema 3: Yhteistyö	32
7.3.1	Koulutustarve ja toiveet	34
7.4	Tulosten käyttö hankkeen tarkoituksiin	36
7.5	Mitä tutkimuksella saavutettiin	37
8	POHDINTA	38
	LÄHTEET	39
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Satakunnan alueella aikavälillä 1.9.2013–30.6.2014 käynnissä oleva Green Care esiselvitys- ja tiedotushanke. Green Care tarkoittaa luonnon tavoitteellista käyttöä ihmisten hyvinvoinnin lisäämiseksi. Esimerkkejä Green Care -toiminnasta ovat luontoon tukeutuva ja luonnon voimaannuttavaa vaikutusta hyödyntävä luonto- tai hyvinvointimatkailu, erityisryhmien ja ikäihmisten luonnon elementtejä hyödyntävä kuntouttava toiminta kuten kuntouttavat puutarhat, puutarhaterapia, ratsastusterapia sekä tavoitteellinen rauhoittuminen metsässä. Green Care toimii sateenvarjokäsitteenä kaikille eri tavoille toteuttaa luontoavusteisia menetelmiä.

Opinnäytetyö pyrkii vastaamaan hankkeen tavoitteisiin ja tarpeisiin sekä olemaan tukena sen jatkotoimenpidesuunnitelmaa laadittaessa. Green Care on Suomessa tuore ilmiö ja sen kehittämiseksi on ympäri Suomea käynnissä monia eri hankkeita ja niiden kautta toteutettavia tutkimustöitä. Tässä opinnäytetyössä toteutettiin ensimmäisiä yrityshaastatteluja Satakunnan alueen potentiaalisista Green Care -yrityksistä. Potentiaalisia Green Care -yrityksiä haastateltiin kymmenen ja näistä haastatteluista muodostui kattava tutkimusaineisto. Yritykset olivat liiketoiminnoiltaan erilaisia, mutta yhtäläisesti Green Care -toimintaan sopivia. Työn tarkoitus on toimia pohjana tuleville selvitystöille.

2 TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ

2.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Joulukuussa 2013 tein projektityönä Satakunnan alueella 1.9.2013–30.6.2014 käynnissä olevalle Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeelle esiselvitystä mahdollisista Green Care -yrityksistä. Tehtäväni oli ottaa puhe-

limitse yhteyttä kaupunkien ja kuntien kulttuuri- ja vapaa-aikaviranomaisiin sekä yrittäjäjärjestöihin ja heidän tarjoamistaan vinkeistä kokosin yhtenäisen listan potentiaalisista Green Care -yrityksistä.

Projektityö sai minut kiinnostumaan Green Care -ideologiasta ja Satakunnan alueella käynnissä olevasta hankkeesta. Projektin edetessä kiinnostuin Green Caren vaikutuksesta maaseutumatkailun ja hyvinvointipalvelualan tulevaisuuteen. Uudistukset hyödyttäisivät monia tahoja. Liiketoiminnan kasvu toisi maaseuduille työpaikkoja sekä välittömästi että välillisesti. Välillisesti työpaikkoja syntyisi yritysten ulkoistaessa toimintojaan kuten kirjanpitoa, ruokapalveluita ja pyykinhuoltoa. Matkailu lisää kohdealueen taloudellista hyvinvointia matkailijoiden käyttäessä alueen palveluita. (Suontausta & Tyni 2005, 32–33.) Mielestäni nämä ovat tärkeitä seikkoja matkailuelinkeinon kehityksessä ja johtuen henkilökohtaisesta kiinnostuksestani aiheeseen tuntui luontealta, että jatkaisin opinnäytetyölläni siitä mihin projektityössäni jäin. Tiedustelin mahdollisuutta opinnäytetyöhön, joka vastaisi hankkeen tarpeita ja edistäisi sen jatkoa.

Toimeksiantoni oli haastatella kymmenen potentiaalisiksi koettua Green Care -yritystä. Projektityön myötä minulle oli muodostunut käsitys siitä, millaista toimintaa hankkeen puitteissa yritetään kartoittaa ja saattaa yhteen. Toimeksiantaja valikoi keräämältäni vinkkilistalta kymmenen kiinnostavinta yritystä. Kyseiset yritykset valittiin haastateltaviksi heidän oman kiinnostustasonsa mukaisesti. Haastateltavaksi valittujen yritysten tieto ja taito Green Caresta oli vaihtelevaa, mutta kiinnostusta löytyi jokaiselta.

2.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tarkoitus

Tutkimusosioni tarkoitus oli kartoittaa Green Care -henkisten yritysten, yrittäjien ja yhdistysten aitoja mielipiteitä, odotuksia ja ajatuksia Green Caresta. Tavoitteena oli kerätä tietoa halukkuudesta yhteistyöhön muiden samankaltaisten yritysten kanssa ja koulutuksen tarpeellisuudesta. Mahdolliseen koulutukseen liittyvät käytännön toiveet ovat erittäin olennaisia tulosten käytettä-

vyiden näkökulmasta. Tarkoituksena oli myös löytää käyttökelpoista ja hyödynnettävää informaatiota Satakunnan alueella tapahtuvasta Green Care -toiminnasta ja sen mahdollisesta kasvupotentiaalista.

Henkilökohtainen tavoitteeni oli suorittaa opinnäytetyöni aiheesta, josta olen kiinnostunut ja, jonka koen hyödylliseksi. Työn tekeminen oikeaan käyttöön on motivoivaa ja mielenkiintoista. Halusin edistää Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeen toteutusta ja hankkeen tavoitteiden täyttymistä. Tutkimukseni toteutuksen aikataulu oli nopea ja koin sen positiivisena, sillä tulosten analyysi oli syvempää haastattelutilanteiden ollessa tuoreessa muistissa. Lähdevalinnoissani pyrin löytämään ajankohtaisimman tiedon aiheesta. Kaikki lähteet ovat 2000-luvulla julkaistuja. Green Carea koskeva informaatio on ilmiön nuoruuden vuoksi tuoretta ja siksi hyvin paikkansapitävää. Halusin työni vastaavan nykyhetkeä.

2.3 Tutkimusmenetelmä

Valitsin työni tutkimusmenetelmäksi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, sillä mielestäni se oli oikea vaihtoehto tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Tutkimusmenetelmän ja työn laajuuden vuoksi haastateltavien määrässä päädyttiin kymmeneen. Kymmenen yritystä takaa riittävän tutkimusaineiston, sillä Green Care -henkiset yritykset eivät vielä muodosta Satakunnassa niin suurta joukkoa. ”Laadullinen tutkimus on valintoja kattavuuden ja syvällisyyden välillä” (Kananen 2008, 35). Sosiaali- ja terveysalalla yksityisiä palveluntuottajia ovat yrittäjien lisäksi yhdistykset, säätiöt ja järjestöt. Satakunnassa hyvinvointipalvelualan yrittäjyys on vielä suhteellisen vähäistä, mutta yritysten määrä on kasvussa lisääntyvän kysynnän tähden. Suurin osa hyvinvointialan yrittäjistä on yksittäisiä ammatinharjoittajia ja pieniä yhtiöitä. (Asikainen, Kahila & Myllys 2005, 23.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan nimenomaan yksilöitä ja siinä se eroaa määrällisestä tutkimuksesta. Määrällinen tutkimusmenetelmä tavoittelee

suurta joukkoa ja yleistettävämpää informaatiota. ”Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan pääasiassa prosesseja, joihin määrällisessä tutkimuksessa tilastollisin analyysin on lähes mahdotonta pureutua prosessien ja ilmiöiden monimutkaisuuden vuoksi” (Kananen 2008, 25). Laadullisessa tutkimusmenetelmässä tiedonkeruun ja sen analysoinnin pääasiallinen tekijä on tutkija itse. Tieto suodattuu eteenpäin hänen kauttaan. Laadulliseen menetelmään kuuluu suora kontakti tutkimuskohteen kanssa. Tutkijan tulee lähteä ”kentälle” haastattelemaan ja/tai havainnoimaan tutkimuskohdettaan. (Kananen 2008, 25.) Tutkimukseni menetelmän vuoksi valitsin tulosten keräämisen menetelmäksi henkilökohtaisen haastattelun.

Valtaosa haastatteluista tapahtui yritysten toimintaympäristöissä, ja tämä mahdollisti paremman näkemyksen yrityksen toiminnasta ja sen resursseista. Toimintaympäristö muodostuu yrityksen liiketoimintansa toteutukseen käyttämistä tiloista, useimmiten toimintaympäristö on yrityksen omistuksessa oleva rakennus tai useampi ja/tai maatontti. Tapahtuneita havaintoja ei kirjattu tuloksiin, sillä niiden tarkoitus oli tukea haastatteluja ja omaa kokemustani yrityksistä. Joitakin havaintoja on esillä yritysten esittelyissä ja pohdintoissa. Havaintojen rooli tuloksissa on siis epäolennainen ja tämän vuoksi ei ollut välttämätöntä, että jokainen haastattelu olisi suoritettu yrityksen toimintaympäristössä. Tämän tutkimuksen tulokset pohjautuvat haastattelujen sisältöön ja tapahtunut havainnointi toimii ymmärryksen tukena.

2.4 Tutkimusongelma

Jokainen matkailualan yritys Suomessa on tietoinen matkailuelinkeinomme kausiluonteisuudesta. Lyhyet sesongit jarruttavat matkailuelinkeinon kehitystä ja uusien työpaikkojen syntymistä. Miten Suomessa ja varsinkin Satakunnassa voitaisiin lähteä paikkaamaan sesonkiluontoisuudesta johtuvaa matkailuelinkeinon aukkoa. Voisiko Green Care olla pitkään odotettu edistysaskel, joka nostaisi matkailuelinkeinon tuloksellisuutta ja tekisi toiminnasta ympärivuotisempaa uusien palvelujen ja kohderyhmien avulla. Tutkimusongelmani oli selvittää potentiaalisten Green Care -yritysten kiinnostuksen taso ja

aidot mielikuvat Green Caresta, mitä Green Care -toimintaa yrityksillä on ja mitkä ovat heidän näkemyksensä Green Caren mahdollisuuksista luoda uutta liiketoimintaa.

3 YRITYSHAASTATTELUT

Haastateltaviksi valittiin kymmenen yritystä, joista osa jo ehkä tietämättään harjoittaa Green Care -määritelmän mukaista palvelutoimintaa. Jokainen haastateltavista yrityksistä oli vaihtelevan tasoisesti kiinnostunut Green Care -toiminnasta ja -ajattelusta. Heillä oli potentiaalia toteuttaa Green Carea toiminnassaan sekä käytännön tasolla että muissa toimissa, vaikka kaikki eivät olleet sitä vielä täysin tiedostaneet. Haastateltavat yritykset valitsi toimeksiantaja, ja kyse oli yrityksistä, jotka olivat itse ottaneet yhteyttä hanketoimijoihin ilmaistakseen kiinnostuksensa Green Carea kohtaan, tai jotka harjoittavat Green Care -toimintaa. Mukana oli myös muutama yritys, joiden toiminnan uskottiin olevan Green Care -ideologian mukaista ja näistä oli saatu vinkki joko yrittäjäjärjestöltä, kunnan elinkeinosta ja matkailusta vastaavilta henkilöiltä tai toimijoilta, jotka tuntevat maaseudun elinkeinotoimintaa.

3.1 Haastateltavat yritykset

Esittelen haastattelemani yritykset aakkosjärjestyksessä. Esittelyt on kirjoitettu haastattelutilanteissa saatujen tietojen ja havaintojen perusteella. Osaa on täydennetty yritysten www-sivuilta löytyneellä informaatiolla. Yritykset esittelen nimillään, jotta tämä työ tutkimustulosten lisäksi helpottaisi Green Caren tunnistamista.

Ali-Ketolan tila

Ali-Ketolan tila sijaitsee Kokemäellä Ketolan kylässä Kokemäenjoen varrella. Tilaa on maanviljelyksen lisäksi käytetty matkailupalvelujen tuottamiseen jo

noin 20 vuoden ajan. Yritys tarjoaa majoitus- ja ravitsemuspalveluita, tiloja juhla- ja kokouskäyttöön, melontaretkiä ja melontavälineiden vuokrausta, toiminnallisia leirikouluja sekä saunavuokrausta (puu- ja savusauna). Yrityksen toiminta alkoi aikanaan kanoottiretkistä ja yrityksestä löytyy koulutettu melonnan ohjaaja. Yritys työllistää ympärivuotisesti kaksi henkilöä ja luonto on yrittäjille itselleen tärkeä asia, jonka arvostus näkyy yrityksen toiminnassa kautta linjan. (Ala-Ketola henkilökohtainen tiedonanto 26.3.2014; Ali-Ketolan tilan www-sivut 2014.)

Hongotar Ky

Hongotar Ky tarjoaa erilaisia kursseja ja työpajoja, joissa pyritään kehittämään itseään ja löytämään työkaluja arjesta selviytymisen tueksi. Yritys tarjoaa toiminnallisia ja kokemuksellisia koulutuksia kuten esimerkiksi unelma-, sisarus- ja voimavarakursseja. Yrittäjältä löytyy erityisosaamista suggestopediseen kielten koulutukseen, ja hänellä on hallussa Suomessa täysin uusi itsetutkiskelun muoto SoulCollage®. Yrittäjä on Suomen ainoa SoulCollage®-koulutettu henkilö. Yrityksellä on resursseja toteuttaa moninaisia hyvinvointia lisääviä palveluita luontolähtöisin menetelmin. Yrityksen palvelutarjontaan kuuluvat myös työyhteisöille suunnatut toiminnalliset TYKY -päivät. TYKY -toiminnalla tarkoitetaan työkykyä ylläpitävää ja parantavaa toimintaa. Yritys toimii kotoisissa ja viihtyisissä tiloissa Honkajoella. Yrittäjä itse on ainoa toiminnan ympärivuotisesti työllistämä henkilö. (Hongotar KY:n www-sivut 2014; Raitio-Vanhapaasto henkilökohtainen tiedonanto 27.3.2014.)

Inkun Aalloilla

”Inkun Aallot järjestää turvallisia luontoelämyksiä Satakunnassa ja Selkämeren kansallispuistoissa kaikkina vuodenaikoina. Retket sopivat perheille, erilaisille ryhmille ja esim. tyky-päivien ohjelmaksi.” (Inkun Aaltojen www-sivut 2014.) Inkun Aalloilla on yhden naisen yritys, joka tarjoaa työhyvinvointipäiviä, suurimpana kohderyhmänään opettajat ja päiväkotien henkilökunta. Yrittäjä myös opettaa kansalaisopistossa naisten erä- ja retkikurssia, jonka puitteissa suoritetaan monenlaisia retkipäiviä. Retkipalveluista erityisen tekee

muun muassa hyvä ruokapalvelu ja sisällössä opetuksellisuuden ja rentoutumisen välinen tasapaino. Yrityksellä ei ole virallista toimipaikkaa, vaan kaikki toiminta tapahtuu luonnossa. (Hannula henkilökohtainen tiedonanto 18.3.2014.)

Korsuretket Oy

Korsuretket Oy:n toiminta tapahtuu Jämijärven metsämaisemissa. Yritys tarjoaa alueellaan ohjelma- ja elämyspalveluita, saunapalveluita, majoitusta, tilojen vuokrausta ja aktiviteettien välineiden vuokrausta. Yrityksen päätuote on ruokapalvelu, jota tuotetaan toisinaan muuallakin kuin yrityksen omissa tiloissa. Saunapalvelut ovat tärkeä ja koko ajan kasvava osa toimintaa. Yrittäjän omistama tontti tarjoaa upeat puitteet toiminnalle. Tilat ovat osittain luokiteltavissa esteettömiksi. Esteettömyydellä tarkoitetaan palvelujen saavutettavuutta ja käytettävyyttä fyysisistä rajoituksista huolimatta, kaikki tilat ovat saavutettavissa muun muassa pyörätuolissa istuvalle (Invalidiliiton www-sivut 2014). Paikka on siten sopiva kohde myös monille erityisryhmille. Korsuretket Oy tarjoaa erityisosaamista etenkin ruokapalveluissaan. Ruokapalveluissa painottuu lähiruoka. Paikallinen riista on arvossaan, ja kalat ostetaan suoraan kalastajilta, luonnonyrtit ovat itse poimittuja ja kokemus ruokapalvelujen tuottamisesta vahva. Melonnan ohjausta ja lumikenkäkävelyjä on myös tarjolla yrityksen puitteissa. (Luomahaara henkilökohtainen tiedonanto 17.3.2014.)

Lankosken Onnela

Lankosken Onnela on Merikarvialla vanhassa kyläkoulurakennuksessa ja sen idyllisessä pihapiirissä sijaitseva yritys, joka tarjoaa sauna- ja majoituspalveluita sekä monia erilaisia hoitoja. Valikoimassa on monia eri hoitoja esimerkiksi aromaterapiaa, kuppausta, erilaisia hierontoja, voicemassagea ja lymfaterapiaa. Hoitopalvelut ovat yrityksen päätuote. Yrittäjällä on toimipiste myös Porissa ja se toimii nimellä Arohieku. Majoittuminen on mahdollista itse Onnelassa sekä yrityksen omistamalla talolla, jonka idyllisestä pihapiiristä löytyy sauna, kylpypalju, aitta lisämajoitusta varten sekä aivan upea luontomaisema. Yrityksen erityisosaamista on hoidollisuus ja sen huomiointi kaikis-

sa palveluissa. Majoituspalvelut ajatellaan ja tuotetaan hoidolliselta kantilta. Yritys työllistää ympärivuotisesti kaksi henkilöä. (Kettunen henkilökohtainen tiedonanto 26.3.2014.)

Maatilamatkailu Koivuniemen herra

Maatilamatkailu Koivuniemen herra on erityisesti lapsiperheiden suosima kohde Merikarvialla. Yrityksen yhden päivän kestäviä tuotteita ovat MuuMaa eli lasten maatila, ryhmäretket, kokous- ja saunapalvelut sekä kurssipäivät. Ruokapalvelut kuuluvat myös toimintaan. Koivuniemen herran palvelutarjontaan sisältyy myös majoittuvia tuotteita, joihin kuuluvat perhelomat maalla, leirikoulu, pihaleirintä (telttä- ja caravanpaikkoja) sekä tilausleirit. Erikoisosaamista yrityksestä löytyy eläintenhoidossa ja perinnetöiden ohjaamisessa. Lasten ja yleisesti ryhmien kanssa työskentely vaatii esiintymistaitoa ja heittäytymistä ja nämä taidot ovat yrittäjillä hallussa. Maatilamatkailu Koivuniemen herra työllistää ympärivuotisesti 4,5 henkilöä. Toimintaympäristönä on maatilan pihapiiri, jossa riittää aktiviteetteja eri kohderyhmille. (Koivuniemi henkilökohtainen tiedonanto 27.3.2014.)

Metsäterapia

Metsäterapia on pääasiassa Ulvilassa, Kullaalla toimintaansa harjoittava toimintamalli. Toimintamalli työllistää ympärivuotisesti yhden henkilön ja sen palveluihin kuuluvat moninaiset retkipalvelut. Yrittäjällä on erä- ja luonto-oppaan ammattitutkinto ja hän toimii päätyössään sairaanhoitajana. Yrittäjällä on erityisosaamista metsäterapiasta sekä tietämystä ja kokemusta luonnon materiaaleista kuten yrteistä, sienistä ja marjoista sekä niiden hyötykäytöistä. Retkipalveluihin kuuluu olennaisena osan opetuksellisuus. Asiakkaiden niin halutessa he voivat saada ohjeistusta luonnossa. Toiminnassa korostuu opetuksellisuuden lisäksi hoivallisuus. Luonnon elvyttävä ja rentouttava vaikutus on retkipalvelujen keskeinen anti. Retket ovat pääasiallisesti päiväretkiä naisryhmille. (Korkiamäki-Villanen henkilökohtainen tiedonanto 27.3.2014.)

Pikuliina

Merikarvialla sijaitsevan eläinhoitolan yhteydessä toimii aputoiminimellä Niittyniemen lomamökit. Laadukas ja luotettava eläinten hoito on yrityksen päätoimintaa. Vuokrattavat mökit ovat ympärivuotiseen käyttöön varusteltuja, joten majoitusta on mahdollista toteuttaa kaikkina vuodenaikoina vaikka se onkin sesonkipainotteista. Yritys tarjoaa myös elämyspalveluita kuten värikuulasotaa, TYHY-ohjelmaa ja suunnitteilla on kalastukseen liittyviä palveluita kuten ohjeistusta ja välineiden vuokraamista. (Niittyniemi henkilökohtainen tiedonanto 25.3.2014.)

Psykoterapiapalvelu Mentor

Psykoterapiapalvelu Mentor on Raumalla ja Turussa toimintaansa harjoittava yhden naisen yritys. Yrityksen päätuote on psykoterapiapalvelut ja yrittäjän erityiskiinnostuksen kohteena ovat syömishäiriöt. Yritys on Kelan palvelutuottaja ja sen pääkohderyhmiä ovat nuoret ja nuoret aikuiset. Psykoterapia toteutetaan pääasiallisesti yrityksen omissa rauhaisissa vastaanottotiloissa, ja toisinaan asiakkaiden kanssa lähdetään luontoon rauhoittumaan ja elpymään. Yrittäjällä on vahva ammattitaito psykoterapian toteuttamiseen monin eri keinoin. Hänen toiminnassaan luonto on yksi keino lisätä hoidon vaikuttavuutta ja toimivuutta. Luontoympäristö on toimiva lisä ja tuki psykoterapian toteuttamiseen. (Saari henkilökohtainen tiedonanto 8.4.2014.)

Välimaan perinnetorppa

Välimaan perinnetorppa on Eurajoen kunnan kulttuuritoimen omistama ja toimintaa pyöritetään yhdistyksen vapaaehtoisten ja kunnan työntekijöiden voimin. Torpan toiminta työllistää ympärivuotisesti 2,5 kunnan työntekijää. Vapaaehtoisten joukko hoitaa torpalla tapahtuvaa roolityötä. Välimaan perinnetorppa on pysähtynyt 1930-luvulle ja siellä pääsee näkemään piikoja ja renkiä työssään sekä osallistumaan torpan töihin. Päätuote torpan toiminnassa on lapsille suunnattu perinneopetus. Opetusta toteutetaan parin tunnin tapahtumina ja koko päivän kestävinä retkitoteutuksina. Opetus on ohjelmal-

lista. Lapset pääsevät osallistumaan ruoanlaittoon, pihatöihin ja muihin käytännön töihin. Heille opetetaan perinneleikkejä ja tarjolla on kaikenlaista aktiviteettia eläinten hoidon ja tarinoiden tukeutuvan toiminnallisen aikamatkailun parissa. Torpan historia on tiedossa ja henkilöt, joista aktiviteettien yhteydessä kerrotaan, ovat aitoja. Tarinoiden aitous tuo huomattavaa lisäarvoa palvelujen elämyksellisyyteen. (Jaakkola henkilökohtainen tiedonanto 31.3.2014.)

Välimaan perinnetorpan on havaittu toimivan kuntouttavana kohteena osalle dementoituneista asiakkaita. Torpan aidossa ympäristössä muistot omasta lapsuudesta ja nuoruudesta nousevat pintaan helpommin kuin kliinisissä hoitotilan tiloissa. Torpan pihapiiri on esteetön, joten myös erityisryhmillä on mahdollisuus päästä kokemaan sen historiallinen ympäristö. Torpan tiloihin kuuluu alkuperäinen, osittain entisöity tupa, navettarakennus, jossa on modernit keittiötilat ja invakäyttöön soveltuva wc sekä saunatilat. Paikallinen hierojayrittäjä käyttää saunatiloja toimintansa toteuttamiseen. (Jaakkola henkilökohtainen tiedonanto 31.3.2014.)

3.2 Haastattelun toteutus

Ensimmäisenä työtehtävänä oli haastattelulomakkeen laatiminen ja nauhurin hankkiminen. Sanelukoneen lainasin koululta ja saatuani lomakkeen viimeiseen muotoonsa, aloitin yhteydenotot yrityksiin. Nopean toteutusaikatauluni vuoksi otin haastateltaviin yhteyttä puhelimitse, sillä sähköpostiliikenne on hitaampaa ja viestit saattavat hukkuu muuhun viestiliikenteeseen. Muutamien kanssa haastatteluajankohta sovittiin välittömästi puhelun aikana ja osan kanssa tarkasta ajankohdasta sovittiin sähköpostitse.

Haastattelujen toteutuksen konkreettisina välineinä toimivat haastattelulomake ja sanelukone. Päädyin ratkaisuun haastattelujen nauhoittamisesta taaakseni tulosten luotettavuutta eli reliabiliteettia. Tärkeää luotettavuuden kannalta oli, että minulla oli olemassa lähde, josta tarkistaa tulokset haastattelutilanteen jälkeen. Haastattelutilanteessa asioita saattoi jäädä huomiotta. Nauhoitteilta tarkistin epäselviksi jääneet kohdat ja täydensin muistiinpanoja.

Haastattelutilanteessa on haastavaa saada kirjoitettua kokonaisia lauseita. Kirjasin lomakkeeseen käsin pääkohtia ja tulosten kannalta oleellisia lausumia. Nauhoitteilla oli myös paljon tutkimusaiheeni ulkopuolista pohdintaa Green Careen ja yrittäjyyteen liittyen, johtuen haastattelutilanteen keskustelunomaisuudesta. Tästä syystä valitsin nauhoitteiden käsittelyyn propositiotason litteroinnin. Propositiotason litteroinnissa kirjataan ylös ainoastaan aineiston ydinsisältö (Kananen 2008, 81). Nauhoitteita ei missään kohtaa kirjattu auki sana sanalta.

Haastattelutilanteissa oli otettava huomioon yritysten erilaiset käsitykset ja tiedot Green Caresta. Osa koki olevansa jo pitkälti Green Care -yrityksiä, ja sen näkyvän toiminnassa sekä käytännön tasolla että taustatekijöissä. Osa taas oli vasta tutustumassa ajatukseen Green Caresta ja sen liittämistä osaksi omaa liiketoimintaa.

3.2.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Puolistrukturoidussa haastattelussa pohjana on kysymyslomake, jossa ei ole valmiita vastausvaihtoehtoja. Kysymykset ovat avoimia. Teemahaastattelussa on ennakoon määriteltä aihealueet eli teemat, jotka käydään läpi haastateltavan kanssa suunnitellussa järjestyksessä. (Kananen 2008, 73). Laadullisen tutkimuksen kehyksessä haastattelussa esitetyt kysymykset ovat avoimia ja pyritty muotoilemaan siten, että ne eivät johdattele haastateltavaa vastaamaan tietyllä tavalla. Halusin tutkimuksellani selvittää yritysten todellisia mielikuvia, kiinnostuksen kohteita ja tarpeita.

Päädyin jakamaan haastattelun kolmeen teemaan. Teemoittain etenevä haastattelu helpottaa haastateltavan ajatuksenkulkua ja pitää keskustelun halutussa aiheessa. Näin keskustelu ei karkaa tutkimusalueeltani ja kysymykset etenevät loogisesti. Kananen kuvailee teemahaastattelun etenemistä seuraavanlaisesti: ”Haastattelu etenee yhden aihealueen puitteissa syvemmälle ja syvemmälle. Tätä tekniikkaa puoltaa yksinkertaisesti ihmisen muistin rakenne – yksi aihealue kerrallaan.” (Kananen 2008, 77.) Pyrin etukäteen

laadituilla kysymyksillä johdattelemaan haastateltavat heidän omien ajatuksiensa ja käsitystensä pariin.

3.2.2 Haastattelulomakkeen laatiminen

Haastattelulomakkeen laatiminen lähti liikkeelle teemojen tunnistamisesta. Lomaketta laatiessani minun oli otettava huomioon sen myöhempi käyttö. Laatimani haastattelulomake jää käyttöön, jotta Green Care -yritysten haastatteluja voidaan jatkossa tehdä siten, että ne ovat vertailukelpoisia tässä tutkimuksessa saatujen tulosten kanssa. Kun haastattelu suoritetaan samalla kaavalla, tulokset ovat keskenään samanarvoisia. Tämä haastattelulomake löytyy liitteenä (Liite 1). Olen laatinut haastattelulomakkeen tueksi haastattelun toteutusohjeen, jossa ohjeistan haastattelun kulun ja tuon esille mitä kysymyksillä tavoitellaan. Kyseinen ohje on osa opinnäytetyötäni ja siten sen tuotos, joka mahdollistaa haastattelulomakkeen tuloksellisen käytön. Myös ohje on nähtävissä liitteenä (Liite 2).

Haastatteluja toteuttaessani olin hetkittäinen kriittinen kysymyksenasetteluani kohtaan, mutta analysoidessani tuloksia huomasin asettelu olleen oikeanlainen tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Kysymyksillä kartoitettiin yleisen tason mielipiteitä ja näkemyksiä. Kuten Kananen mainitsee teoksessaan kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän toteutustavoista haastattelun kohdalla: ”Kysymysten sisältöön vaikuttaa ilmiön tuntemus. Mitä vähemmän tietoa itse ilmiöstä on, sitä yleisemmälle tasolle kysymysten ennakosuunnittelu jää.” (Kananen 2008, 77.)

3.2.3 Haastattelun teemat

Haastattelu alkaa kysymyksillä yrityksen yhteystiedoista, haastateltavan henkilön toimenkuvasta yrityksessä, yrityksen tarjoamista palveluista ja erityisosaamisesta. Tämä perustieto-osio aloittaa haastattelun haastateltavalle tutuilla faktoilla ja vasta tämän jälkeen siirrytään Green Carea koskeviin kysy-

myksiin. Ensimmäinen teema käsittelee sitä, miten Green Care näkyy ja ilmenee yrityksen toiminnassa ja mitä sen ymmärretään tarkoittavan. Tiivistin teeman nimeksi ”Green Care käytännössä”.

Toisen teeman aihepiiri on rajattu siihen, millaisena osana toimintaansa yritys näkee Green Caren tulevaisuudessa, mitkä ovat mahdollisia uusia palveluita ja kohderyhmiä. Tämän teeman nimeksi kiteytyi: ”Jatko, kehittyminen ja tulevaisuus”, ja sen tavoitteena oli kartoittaa myös sitä näkevätkö haastateltavat Green Caren mahdollisena kehittymisen työkaluna. Haastattelun kolmas ja viimeinen teema on nimeltään ”Yhteistyö” ja se käsittelee yritysten halukkuutta yhteistyöhön ja verkostoitumiseen muiden Green Care -yritysten kanssa. Yhteistyö-teeman on tarkoitus selvittää mitä yhteistä yritys näkee ja toivoo alalle maakunnan sisällä. Teema pitää sisällään myös kysymykset kiinnostuksesta ja toiveista koskien mahdollista Green Care -koulutusta.

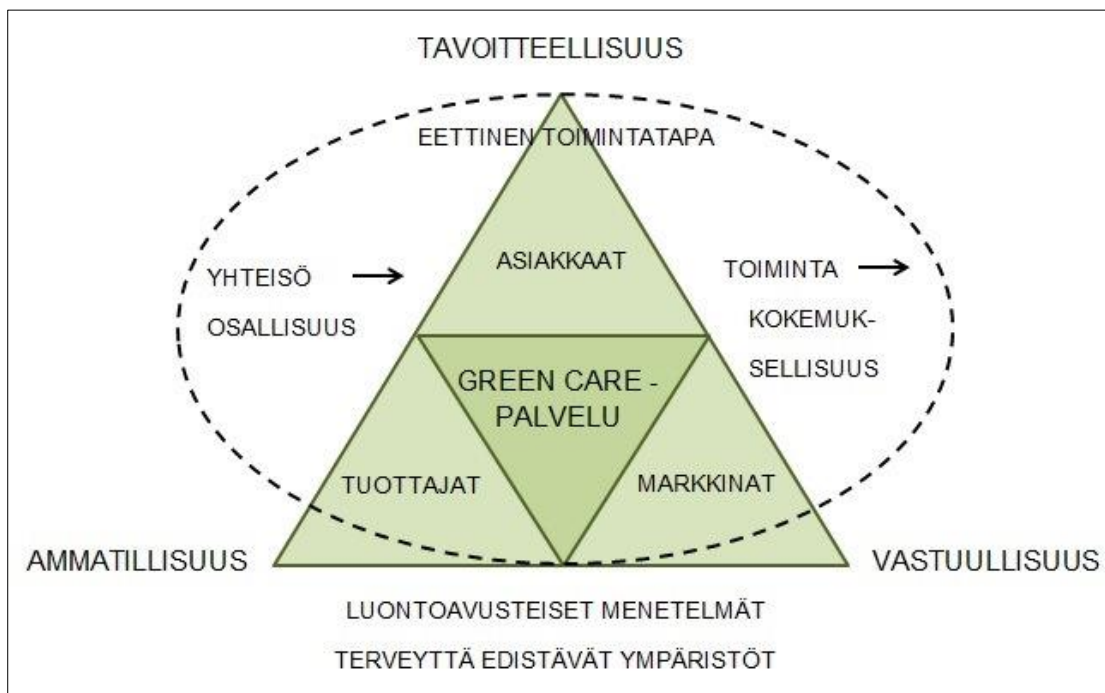
4 GREEN CARE

Green Care esiteltiin Suomessa ensimmäisen kerran vuonna 2008 ja se voidaan ymmärtää moninaisena luonnon hyödyntämisenä sosiaali-, terveys- ja kasvatuspalveluissa. Laajasti määriteltynä sillä tarkoitetaan luontolähtöisten menetelmien avulla hyvinvoinnin luomista ja lisäämistä. Luontoon tukeutuvia menetelmiä käytetään tietoisesti ja tavoitteellisesti hyvinvoinnin tuottamiseen. Green care -menetelmin pyritään toteuttamaan aktiivisia ja osallistavia luontointerventioita. Palvelu erilaistetaan luontoavusteisin menetelmin ja tämä tuo lisäarvoa niin asiakkaalle ja palveluntuottajalla kuin myös yhteiskunnalle ja lähiympäristölle. (Soini, Ilmarinen, Yli-Viikari & Kirveennummi 2011, 320–322.)

Green Care toimii sateenvarjokäsitteenä useille eri tavoille toteuttaa luontoavusteisia menetelmiä hoiva-, hoito- ja kasvatuspalveluissa. Se yhdistää näiden alojen toimijoita ja sen tärkein elementti on luonto, joka voi olla Green

care -toiminnan paikka, kohde tai väline. Kaikkea luontoon liittyvää toimintaa ei voida luokitella Green Caren mukaiseksi. Green care -toiminnan tunnusmerkkejä ovat toiminnan ammatillisuus, tavoitteellisuus ja vastuullisuus. (Soini ym. 2011, 321–323.) Green Caren pääelementtejä on kolme ja ne ovat luonto, toiminta ja yhteisö. Näitä kolmea elementtiä eri tavoin yhdistelemällä ja painottamalla saadaan aikaan Green Caren hyvinvointivaikutukset. (Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.)

Ammatillisuudella tarkoitetaan, että toiminta noudattaa alan lainsäädäntöä ja eettisiä ohjeita, ja että palvelun tarjoajalla on riittävä ammatillinen koulutus siihen palveluun, jota hän tarjoaa. Välttämättä palvelun tuottaminen ei edellytä alalla suoritettuja tutkintoja vaan oleellista on, että ammatillinen osaaminen on riittävää suhteessa palvelun sisältöön. Tavoitteellisuus tarkoittaa käytännön tasolla sitä, että palvelun toteutumisen taustalla on jokin selkeä tavoite. Toiminnalla halutaan saavuttaa jotain, ja sen saavuttamiseksi toimitaan pitkäjänteisesti ja loogisesti. Halutun tuloksen saavuttaminen on kuitenkin mahdollista, jos asiakas ei ole sitoutunut. Vastuullisuudella tarkoitetaan niitä tekijöitä, jotka määrittävät toiminnan ulkoisia puitteita. Vastuullinen liiketoiminta on käsitteenä laatua laajempi, se pitää sisällään lainsäädännön vaatimusten ylitävän vapaaehtoisen pyrkimyksen kohti kestävästä kehitystä liiketoiminnassa. (Soini ym. 2011, 325–326.) Kuvio 1 esittelee Green Care -palvelun muodostumista sen pääelementtien ja tunnusmerkkien kautta.



Kuvio 1. Green care -toiminnan elementit, edellytykset ja palveluosat (Luonto hyvinvoinnin lähteenä, 2013).

Green Caren markkinat ovat erittäin laajat ja ne on selkeyden vuoksi jaettu kahtia luontohoivaan ja luontovoimaan. Tämä kahtiajako helpottaa palvelujen sisältöjen ja tavoitteiden erilaisuuden ymmärtämistä. Toiminta jaetaan näihin kahteen palveluosioon asiakaskunnan, palvelujen ostajan ja järjestäjän sekä niihin kohdistuvien vaatimusten perusteella. Luontohoivaan kuuluvat palvelut ovat julkisen sektorin järjestämisvastuulla olevia hoidon ja kuntoutuksen palveluita. Näihin palveluihin liittyy monia toimintaa ohjaavia säädöksiä ja lakeja ja niiden tuottaminen edellyttää sosiaali- tai terveysalan koulutusta tai vähintään kiinteää yhteistyötä koulutettujen toimijoiden kanssa. Luontohoivan asiakas saattaa olla eri kuin palvelun ostaja ja hän on useimmiten hoidon tai kuntoutuksen tarpeessa. Luontohoivan palvelujen tuottamisesta leimaavat suunnitelmallisuus ja tavoitteellisuus. (Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.)

Luontovoimassa kyse on ennaltaehkäisystä, jotta hoidon tarvetta ei pääsisi syntyään. Luontovoiman palvelujen asiakaskunta on suurempi kuin luontohoivan sillä niissä ostaja on useimmiten itse palvelun käyttäjä, joka tekee ostons oman mieltymyksensä mukaan. Luontovoiman osa-alueeseen kuuluvat

tavoitteellisia luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita tuottavat tahot. Sen palveluntuottajilta ei vaadita sosiaali- tai terveysalan koulutusta eikä sitä ole lainsäädännössä tiukasti määritelty. Luontovoiman asiakkaita tulee sekä yksityiseltä että julkiselta sektorilta ja sen palveluihin hakeutuminen on omaehtois- ta. (Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.) Tässä tutkimuksessa haastatellut yritykset ovat luontovoimaan kuuluvia.

4.1 Green Care esiselvitys- ja tiedotushanke 1.9.2013–30.6.2014

Satakunnassa toteutettavan Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeen rahoittajana toimii Satakunnan ELY-keskus ja sen koordinoinnista on vastuu Satakunnan ammattikorkeakoululla. Hanke tekee tiedotusta Green Caresta ja herättää keskustelua Green Caren mahdollisuuksista kehittää uusia palveluita ja kokonaan uutta liiketoimintaa maaseudun yrityksissä Satakunnassa. Kartoittamalla jo olemassa olevaa Green Care -toimintaa ja sen painopisteitä Satakunnan alueella saadaan tiedotuksesta täsmällisempää ja se suuntautuu aidosti potentiaalsiin yrityksiin. (Esiselvitys- ja tiedotushankkeen tiedotemateriaali 2014.)

Hanke pyrkii tekemään Green Carea yrityksille tutuksi terminä ja ennen kaikkea kehittymisen työkaluna. Tiedotuksen ja selvityksen kohderyhmänä ovat erityisesti maaseudun matkailu- ja hyvinvointialan yrittäjät. Hankkeen tavoitteena on myös selvittää millaista lisäarvoa Green Care toimintatapana ja ideologiana voisi tuoda matkailuelinkeinolle Satakunnan maaseudulla. Yrityksiä halutaan tuoda yhteen ja luoda toimivaa ja aktiivista Green Care -yritysverkostoa. (Esiselvitys- ja tiedotushankkeen tiedotemateriaali 2014.)

4.2 Green Care Finland ry

Suomessa toimii valtakunnallisesti Green Care Finland ry niminen yhdistys, joka edistää luonto-, eläin- ja maatila-avusteisten menetelmien käyttöönottoa hyvinvointi- ja terveyspalvelujen tuottamisessa. Tähän pyritään lisäämällä

Green Caren tunnettavuutta ja osallistumalla aktiivisesti tutkimus- ja kehittämistoimintaan. Yhdistyksen yksi tärkeä tavoite on myös nostaa esille toimintakyvyltään heikentyneiden yksilöiden yhtäläinen oikeus luontoon, liikuntaan, sosiaalisiin suhteisiin ja yhteisöllisiin kokemuksiin. (Green Care Finland ry:n www-sivut 2014; Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.)

Vuonna 2010 perustettu yhdistys on laatinut Green Care -toiminnalle eettiset ohjeet yhtenäisen laadun saavuttamiseksi. Näihin ohjeisiin sisältyy kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen huomioiden kestävyyden monet eri ulottuvuudet, kuten toiminnan vaikutukset luontoympäristöön, eläinten kunnioittaminen toiminnan yhteistyökumppaneina, ihmisoikeuksien ymmärtäminen ja yritysverkoston tuomat edut. (Green Care Finland ry 2012; Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.)

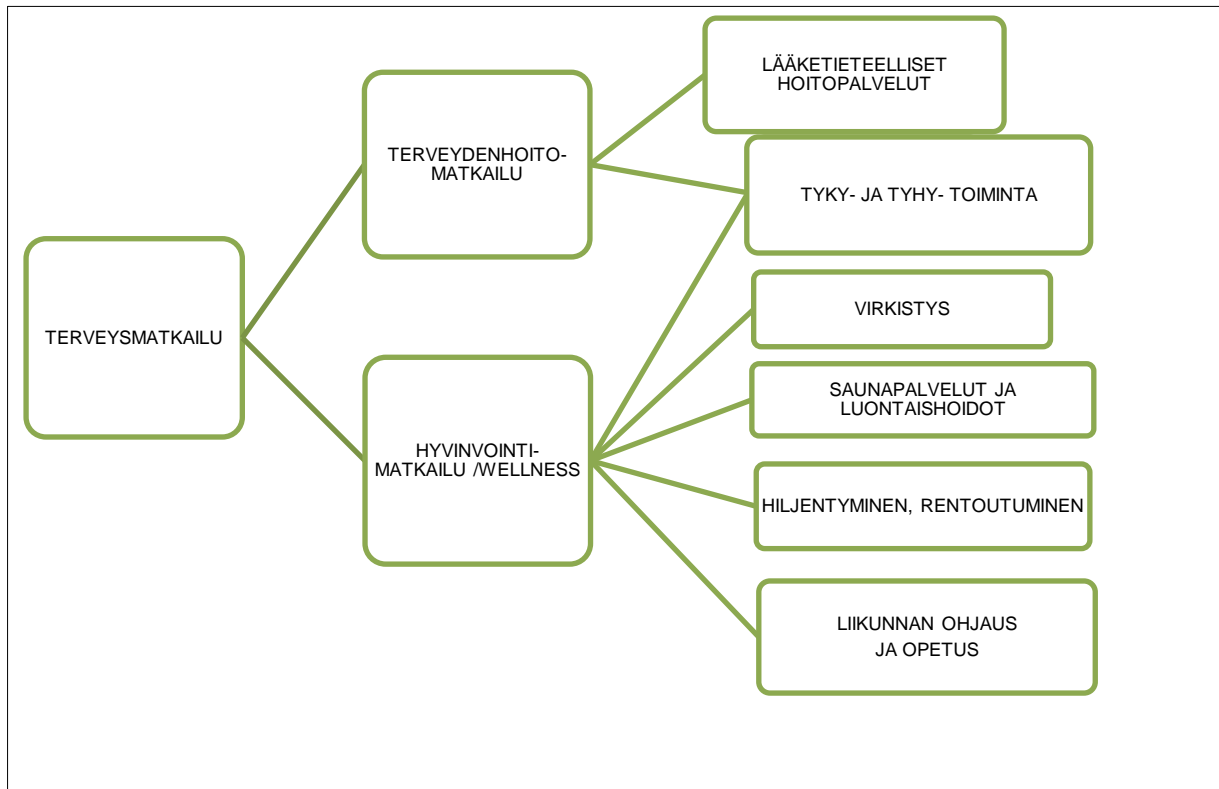
Green Caren keinoin pyritään jatkossa lisäämään yritysten välistä konkreettista yhteistyötä palvelujen monipuolistamisen mahdollistamiseksi. Monialaisuus yrittäjyydessä on haastavaa, mutta mahdollista verkostoitumisen ja tukipalveluiden avulla. Palveluiden kilpailuttaminen ja laatuksien yhtenäistäminen kehittäisi liiketoimintaa kaikilla eri toimialoilla. Green Carea tehtäisiin tunnetummaksi uusien koulutusohjelmien ja tutkimustöiden kautta. Hoitomuotojen vaikuttavuuden selvittäminen on yksi tärkeä tutkimuksen kohde Green Caren tulevaisuutta varten. (Yli-Viikari 2011.)

5 WELLNESS-MATKAILU JA SEN YHTÄLÄISYYS GREEN CAREEN

Wellness tarkoittaa kehon, sielun ja mielen välistä tasapainotilaa. Näkemys pohjautuu yksilön omaan vastuuseen hyvinvoinnistaan, joka tarkoittaa terveen kehon ja mielen tavoittelua kokonaisvaltaisesti ruokavalion, fyysisen kunnon ja ympäristön huomioimisen keinoin. Wellness voidaan nähdä elämäntapana, jossa oma-aloitteisesti hankitun tiedon ja kokemusten kautta tavoitellaan pysyvää ja yksilöllistä henkistä ja fyysistä tasapainoa. (Suontaus-

ta & Tyni 2005, 45.) Wellness -ajattelussa ja -matkailussa on runsaasti yhtymäkohtia Green Careen. Molemmissa korostuvat moniaistinen kokeminen ja sen kautta oppiminen ja kehittyminen, asiakaslähtöisyys eli tuotteen muokkaaminen yksittäisten asiakkaiden tarpeisiin sekä vuorovaikutuksen tärkeys. Yleisesti ajateltuna Green Care ja wellness pyrkivät samaan päämäärään, joka on kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin saavuttaminen ja sen ylläpito.

Terveysmatkailu on toiminut yhtenä modernin matkailuelinkeinon muokkajana. Sen voidaan määritellä olevan terveydellisistä syistä kotipaikkakunnalta muualle matkustamista, matkan tavoite on tällöin oman terveyden parantaminen tai edistäminen. Alun alkaen terveysmatkailu on perustunut luonnon olosuhteiden hyväksikäyttöön. Terveysmatkailu voidaan määrittää matkailuksi, jonka tarkoituksena voi olla sairaudesta parantuminen. Se voidaan saavutettavien tavoitteiden perusteella jakaa kahtia terveydenhoitomatkailuun ja hyvinvointimatkailuun. Myös Green Care jakautuu luontohoivaan ja luontovoimaan samoin periaattein. Wellness-matkailu on terveysmatkailun osa-alue ja yhtäläinen hyvinvointimatkailun kanssa. Hyvinvointimatkailussa on kyse kattavasta palvelujen ja tuotteiden kokonaisuudesta, joka parantaa ja ylläpitää yksilön hyvinvointia. (Suontausta & Tyni 2005, 9, 39, 40–41.) Kuvio 2 esittelee terveysmatkailun käsitteitä ja niiden yhtymäkohtia.



Kuvio 2. Terveysmatkailun käsitteiden järjestys

5.1 Laaja terveyskäsitys

Terveyden ja hyvinvoinnin käsitteet sotkeutuvat ja sivuavat toisiaan. Näitä kahta on melko mahdotonta täysin erottaa toisistaan, mutta yleisesti käytetään määritelmiä kapeasta ja laajasta terveyskäsityksestä. Kapea terveyskäsitys käsittelee lääketieteellisesti mitattavissa olevaa terveyttä, kun taas laaja terveyskäsitys sisältää ihmisen hyvinvoinnin osa-alueet kokonaisvaltaisesti. Laaja terveyskäsitys perustuu Maailman terveysjärjestö WHO:n laatiin terveyden määritelmään täydellisestä fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tilasta. WHO:n alkuperäinen määritelmä kuuluu: "Health is a state of complete physical, mental and social wellbeing and not merely the absence of disease or infirmity." (Suontausta & Tyni 2005, 17.)

Laajan terveyskäsityksen omaksuminen on luonut ihmisille vapauden ja jopa velvollisuuden pyrkiä terveyttä edistäviin elämäntapoihin ja se on kasvattanut terveydenhoitopalveluiden tarvetta. (Suontausta & Tyni 2005, 55.) Yhteiskunnan tuottama tiedon määrä on moninkertaistunut ja nyt jokaisella on

mahdollisuus perehtyä terveyttä koskeviin asioihin oman kiinnostustasonsa ja tarpeidensa mukaisesti. Laaja terveystiedotus ja sen kautta ymmärrys kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin saavuttamisen mahdollisuudesta on erittäin olennaista sekä Green Caren että wellnessin vakiintumisessa.

5.2 Yhteiskunnalliset muutostrendit

Yhteiskunnassamme on tapahtunut ja tapahtuu muutoksia, jotka tukevat Green Caren ja wellness-matkailun kaltaisia suuntauksia. Työttömyyden kasvussa työelämän suorituspaineeet ja epävarmuus lisääntyvät entisestään. Työelämän kuormittavuuden painopiste on siirtymässä fyysisestä henkiseen älyllisten haasteiden ja oppimistarpeiden lisääntyessä. Teknologisoituneessa maailmassa tiedontulva on valtava ja kaiken aikaa muuttuva. Lisääntyvät paineet ja teknologian hurja kehitys aiheuttavat suuria elämäntapamuutoksia ja uudenlaisia mielialaongelmia. Työelämän suuri kuormittavuus lisää stressiä ja vaikuttaa kielteisesti hyvinvointiin. Mielialaongelmat saattavat tehdä yksilöstä osittain tai kokonaan työkyvyttömän ja siten syrjäyttää hänet. Stressin aiheuttamat terveyshaitat ovat erittäin yleisiä ja niistä selviytyäkseen ihminen tarvitsee henkistä ja fyysistä hyvinvointia edistäviä palveluita kuten palautumista rentouttavassa ilmapiirissä oman arkiympäristönsä ulkopuolella. Kaupungistuvalla väestöllä luontosuhde on katoamassa tai sitten sitä ei ole koskaan syntynytkään ja tämä nostaa luontolähtöisten toimintamenetelmien tarpeellisuutta ja kysyntää. (Suontausta & Tyni 2005, 51–52; Yli-Viikari 2011.)

Katoava luontosuhde kasvattaa luontolähtöisten hyvinvointipalvelujen tarvetta ja lisää niiden arvoa. Sosiaaliala kaiken kaikkiaan on valtavassa muutostilassa väestön ikääntyessä ja eläköityvän väen terveydentilan ollessa parempi kuin aikaisemmin. Kahden viime vuosikymmenen aikana suomalaisen odotettavissa oleva elinikä on noussut yli viidellä vuodella (Helakorpi, Patja, Prättälä & Uutela 2007). Palveluja yksityistetään ja julkisella sektorilla tavoitellaan korkeaa tuottavuutta. Maaseutujen maatilat pyrkivät erikoistumaan ja tehostamaan tuotantoa. Tästä johtuen maaseutumaisema yksipuolistuu ja tarve

uudelle liiketoiminnalle kasvaa. (Yli-Viikari 2011.) Green Care -menetelmin toteutetut kuntoutuspalvelut ovat maataloille sopiva uusi yritystoiminnan muoto ja sitä kautta myös toimeentulon mahdollisuus. (Green Care – esimerkkejä 2012, 3.)

6 HYVINVOINTI

Hyvinvointi on käsitteenä laaja-alainen ja se merkitsee eri ihmisille eri asioita. Hyvinvointi on paikka-, aika- ja kulttuurisidonnaista eivätkä hyvinvointitekijät eivät ole pysyviä, vaan vaihtelevat yksilön elämänvaiheiden mukaan. Hyvinvointi käsitteenä määräytyy myös historiallisesti, ja se täytyy määritellä uudelleen historiallisten olosuhteiden muuttuessa. (Suontausta & Tyni 2005, 26.)

Hyvinvointi – sekä yksilöllinen että yhteisöllinen – voidaan tulkita materiaalisena ja/tai ei-materiaalisena hyvinvointina: tyytyväisyytenä ja/tai onnellisuutena. Yksilöllinen hyvinvointi voidaan määritellä yleiseksi tilaksi, jossa ihmisellä on mahdollisuus saada keskeiset tarpeensa tyydytetyksi. Hyvinvointi on siten laajempi käsite kuin elinolojen tyydyttävyys. Sillä voidaan tarkoittaa myös sitä, että yksilö osaa käyttää hyvinvointinsa resursseja. Elinolot voidaan mieltää vallitsevan hyvinvoinnin pohjaksi, mutta ei edellytykseksi. Ihminen voi olla hyvinvoiva vaatimattomissakin oloissa riippuen täysin miten yksilö hyvinvointinsa mieltää. (Moisio, Karvonen, Simpura & Heikkilä 2008, 28; Suontausta & Tyni 2005, 29.) ”Kokonaisvaltainen hyvinvointi tarkoittaa fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista toimintakykyä, jossa ihminen on myönteisessä vuorovaikutuksessa elinympäristönsä kanssa” (Suontausta & Tyni 2005, 17).

6.1 Green Care kasvumahdollisuutena

Innovaatio on uusi idea, jonka avulla pystytään tuottamaan jotakin entistä paremmin, laadukkaammin tai tehokkaammin. Green Care voidaan nähdä sosi-

aalisena innovaationa. Se on muiden sosiaalisten innovaatioiden tapaan kasvanut alhaalta ylös, eli se on tarpeiden tunnistamisen kautta kehitetty toimintatapa. Green Care on sosiaalisena innovaationa kuitenkin monimutkainen, sillä vaikka sen perusidea on yksinkertainen, niin sitä voidaan toteuttaa monin eri menetelmin. Tämä tekee Green Caren tunnistamisesta ja löytämisestä haastavaa. Yrittäjä saattaa toisinaan olla epätietoinen omasta Green Care -potentiaalistaan. (Soini ym. 2011, 326–327, 329.)

Myös tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että Green Care -yritysverkoston kokoaminen on seuraava välttämätön toimenpide Green Care -liiketoiminnan ja palveluiden kehittämisessä. Haastatellut yritykset olivat kooltaan pieniä ja laajempien moniammatillisten palvelujen tuottaminen edellyttää verkostomaista yhteistyötä näiden kesken. Green Caren jatkon kannalta on tärkeää, että palveluja kilpailutetaan ja kehitetään uusia rahoitusmalleja. Laatuksiteerien yhtenäistäminen ja niiden noudattaminen on yksi selkeä edellytys pitkäikäisen toimintamallin luomiseen. (Yli-Viikari 2011.)

Green Care -toiminnan keinoin voidaan hyödyntää maaseudulla vajaan käyttöön jääneitä rakennuksia ja synnyttää uusiokäyttöä. Näin kyläkeskukset pysyvät toimintakykyisempinä ja maaseudulle avautuu uusia ansaintamahdollisuuksia. (Yli-Viikari 2011.) Green Caren hanke- ja yhdistystoiminnan avulla yrityksiä voidaan tuoda yhteen ja luoda toimivaa Green Care -yritysverkostoa.

Terveysteen liittyvissä arvoissa tapahtuvat radikaalit muutokset tukevat Green Caren kasvua. Tauteja ja sairauksia pyritään ennaltaehkäisemään tavoittelemalla kokonaisvaltaista hyvinvointia. Stressin oireet tunnistetaan herkemmin ja niihin halutaan puuttua. Hyvinvoinnin tavoittelu on nousemassa suuremmaksi osaksi yksilön jokapäiväistä elämää eikä rajaudu enää niin vahvasti loma-aikoihin. Tämän kaltainen kehitys on Green Carelle eduksi, sillä sen avulla yritetään tasata matkailu- ja hyvinvointipalvelualan kausiluontoisuutta ja luoda ympärivuotisesti kannattavaa liiketoimintaa. Ihmisten asenteiden muutos on suuressa roolissa Green Caren leviämisessä.

6.2 Hyvinvointialan haasteet Satakunnassa

Hyvinvointialan suurimpia haasteita ovat väestön ikääntymisen aiheuttamat seuraukset kuten palvelutarpeiden kasvu, kuntien kiristynyt talous ja eläköityvien työntekijöiden lisääntyvä määrä. Taloustilanne edellyttää kunnilta palvelujen tehostamista ja uusia tapoja vastata kasvaviin tarpeisiin. Kunnat ovat muuttumassa palvelujen tuottajista niiden tilaajiksi. Tämä pakkotilanne on hyvinvointialan tulevaisuudelle sekä haaste että mahdollisuus. Kuntien kilpailuttamisosaaminen on vielä heikohkoa, mutta hyvinvointialan yritysten toimintaympäristö on myös vielä osittain kehittymätön. Alan yrittäjyyteen ei osata suhtautua ja monissa kunnissa käytetään yksityisen sektorin palveluita vielä vähäisesti. Tästä mallista irtaantuminen on kaikkein suurin haaste hyvinvointipalvelualan kehityksessä. (Asikainen ym. 2005, 18.) Yrittäjien yhteistyö kuntien kanssa on välttämätöntä Green Caren edistämiseksi. Toiminnasta ei tule taloudellisesti kannattavaa, jos asiakassuhteita ei ole riittävästä ja jos ne eivät ole jatkuvia. (Green Care toimintamallit 2011, 5.) ”Asennoituminen uusiin palvelumuotoihin riippuu pitkälti kunnanjohtajien omista näkemyksistä ja kokemuksista, osin myös kokemuksista oman organisaation johtamisessa sekä kunnassa vallitsevasta organisaatiokulttuurista” (Jääskeläinen 2000, 104).

Aluekehitystyön tärkeimmät haasteet Satakunnan alueella ovat yleisen osaamistason nostaminen, uusien työpaikkojen kehittäminen, koulutettujen henkilöiden jääminen ja siirtyminen alueelle, yrittäjyyden kasvattaminen ja jo toiminnassa olevien yritysten uusiutumiseen kannustaminen. (Asikainen ym. 2005, 19.) Green Carella on mahdollisuudet luoda yrittäjyyttä sekä uutta palvelutarjontaa. Se kannustaa palvelujen monipuolistamiseen, yhteistyöhön ja uusien asiakasryhmien tavoitteluun.

”Monialaisuus ja poikkisektoraalisuus on Green Caren leviämisen ja kehittämisen vahvuus, mutta myös pullonkaula: toimintamallin kehittyminen edellyttää eri sektoreiden välistä yhteistyötä” (Soini ym. 2011, 329). Poikkisektoraalisuudella tarkoitetaan monen eri toimintasektorin kohtaamista jonkin palvelun tuottamisessa. Monialainen yrittäjyys asettaa useita haasteita, mutta on onnistuessaan tuotteliasta. Esteettömyys- ja turvallisuusvaatimusten kiristytessä

yrittäjien tiloilta vaaditaan uudistumista, joka vaatii taloudellista panostusta. (Yli-Viikari 2011.) Hyvinvointimatkailulla ja siten myös Green Carella on vahva kasvupotentiaali alan haasteista huolimatta.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kaikki haastattelemani henkilöt olivat naispuolisia ja yhdeksässä tapauksessa kymmenestä kyseessä oli yrittäjä itse. Jokaisella haastatellulla oli vahva näkemys ja tietämys yrityksen toiminnasta. Kaksi haastateltua kertoi tekevänsä opetuksellista toimintaa myös oman yrityksensä toiminnan ulkopuolella. Yksi haastatelluista yrityksistä on Green Care Finland ry -yhdistyksen jäsen.

7.1 Teema 1: Green Care käytännössä

7.1.1 Green Care yrittäjien sanoin

Ensimmäinen Green Careen liittyvä kysymys oli, mitä haastateltava ymmärtää Green Caren tarkoittavan, miten hän esimerkiksi selittäisi termin tuttavalleen. Luonto oli osa jokaista vastausta. Haastateltavien oli hieman vaikea muotoilla käsityksiään kokonaisiksi lauseiksi, mutta mielestäni se oli hyvä merkki, sillä yksittäisten sanojen käyttäminen kertoo aidon käsityksen kuvailusta. Kukaan ei tarjonnut ulkoa opeteltuja lauseita. Tämä kysymys oli mielestäni osaltaan menestys ja antoi hyvän käsityksen siitä, miten haastateltavat henkilökohtaisesti kokevat Green Caren. Huomasin haastatteluja toteuttaessani, että tämä kysymys oli oikea valinta ensimmäiseksi kysymykseksi. Se sai haastateltavat rentoutumaan, ja havaitsemaan sen, että tässä haastattelussa ei ole kyse vaikeasta testistä vaan, että tarkoituksena on selvittää erilaisia näkemyksiä, ja että mikään vastaus ei ole oikea tai väärä.

Tässä muutamia lainauksia haastateltavien vastauksista pyydettyä heitä kertomaan omin sanoin mitä Green Care tarkoittaa:

”Vihreää hoivaa ja voimaa. Hyvinvointipalvelujen järjestämistä ja tarjoamista luonnon avulla”

”Luonnon ja sen eri mahdollisuuksien hyödyntämistä kuntouttavaan käyttöön”

”Hyvinvointipalveluita, jotka ovat luontoon sidottuja, itsensä ylittämistä uusien kokemusten kautta, mukavuusalueelta poistumista”

”Tässä ja nyt. Pysähtyminen, tunteminen, kokeminen, näkeminen, luonnosta voimaantuminen”

”Luonnon monimuotoisuuden hyväksikäyttämistä yrityksen kaikissa toimissa, ekologisuus mukana arvoissa”

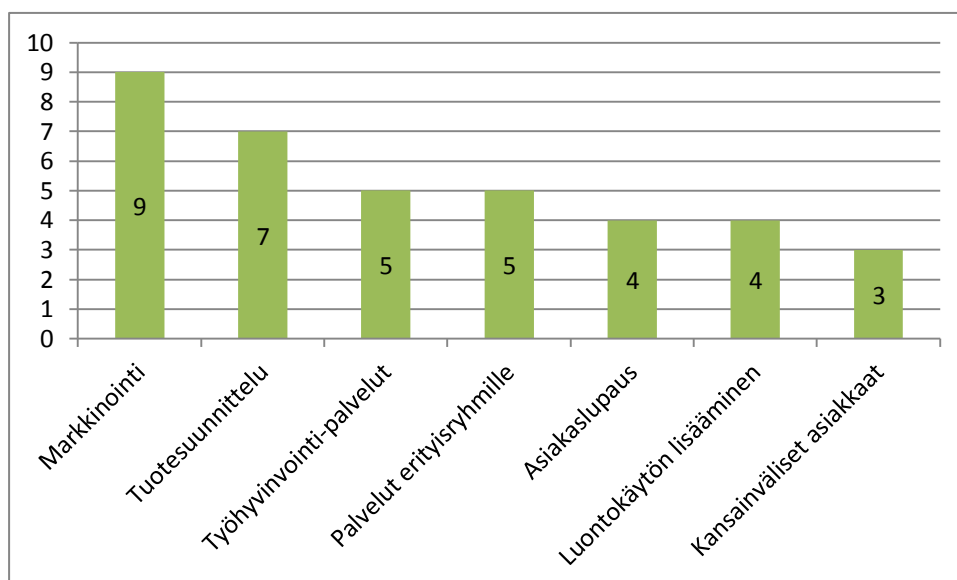
”Vihreä hoito, suomalaisen luonnon hyödyntämistä, luonto hoitavana elementtinä, eläinelämykset, terapeuttilinen merkitys”

Hoivallisuus, luonto, hyvinvointi, ekologiset arvot toiminnassa ja taustalla, voimaantuminen, rentoutuminen, rauhoittuminen, luonnon elvyttävä vaikutus ja kestävä kehitys. Nämä asiat nousivat hallitsemaan näissä ”omin sanoin”-vastauksissa. Yrittäjät ovat sisäistäneet Green Caren olemuksen ja ydinsisällön. He kokevat luonnon olevan Green Caren keskeisin elementti, johon menetelmät ja ajattelu sitoutuvat. He eivät ole ollenkaan niin epätietoisia, kun itse luulevat. Green Caren mukaisille luontolähtöisille menetelmille on ominaista luontoympäristön moniaistinen ja omaehtoinen kokeminen (Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013). Vastausten analysoinnissa nousi esille se, että yrittäjät kokevat Green Caren olevan mahdollinen työväline kestävä kehityksen periaatteiden toteuttamiseen käytännössä. ”Kestävä kehityksen periaatteiden mukaantulo myös matkailuun on ollut terve ilmiö” (Suontausta & Tyni 2005, 33).

7.1.2 Green Care osana yritysten toimintaa

Kaikki haastateltavat kokivat Green Caren olevan jo osa toimintaansa niin käytännössä kuin yritystoimintansa tausta-arvoissa. Yksi haastateltava totesi Green Caren olevan mukana toiminnassa, mutta ymmärrys siihen on vielä vajanaista. Kaksi haastatelluista yrityksistä koki Green Caren näkyvän voimakkaimmin palveluiden toteutuksessa ja tuotteissa itsessään. Jokainen haastateltu yritys osasi nimetä asioita ja tasoja, joilla Green Care -ajattelu ja -menetelmät ovat käytössä ja näkyvät myös kuluttajille, vaikka Green Care ei terminä olisikaan vielä käytössä. Asiakaskunnan he kokivat olevan vielä epätietoisia Green Caren tarkoituksesta ja tavoitteista. Moni haastatelluista yrityksistä sopii sellaisenaan Green Caren määritelmään, mutta sen eri hyödyntämismahdollisuuksista he eivät ole vielä tehneet suuria päätöksiä.

Taulukko 1. Toimia, joissa yritykset haluavat hyödyntää Green Carea



Taulukko 1 esittää missä toimissa haastatellut haluaisivat Green Carea hyödyntää. Halu Green Caren avulla kehittymiseen on korkea ja kuten taulukosta näkyy, markkinointi ja tuotesuunnittelu ovat ne, joissa sitä eniten halutaan käyttää. Osa haastatelluista uskoi, että Green Care olisi toimiva keino kan-

sainvälisten asiakkaiden tavoittamiseen. Valtaosa ilmaisi haluavansa ottaa luontoa ja eläimiä nykyistä suuremmaksi osaksi yrityksensä palvelutuotantoa.

Green Caren näkymisestä konkreettisella tasolla osattiin antaa useita esimerkkejä konkreettisten aktiviteettien muodossa. Tällaisia olivat muun muassa melontaretket, lumikenkäkävelyt, perinneleikit, yövaellukset, kalastus, metsäretket (sekä opetukselliset että hiljentymiseen tarkoitettut), eläinten hoito, niihin tutustuminen ja niistä oppiminen, sekä kansallispuistojen käyttö elämysten luomisessa. Green Caren näkyvyydestä keskusteltaessa nousivat esille myös yritysten ekologisuus, luomuruoan käyttö ja tilojen esteettömyyteen panostaminen. Esteettömyys on tärkeää kun ajatellaan erityisryhmien olevan yksi Green Caren avulla tavoiteltavista kohderyhmistä.

Haastatelluista yrityksistä 90 % toimii ympäristössä, jossa Green Care on helposti tunnistettavissa. Kaksi haastateltua yrittäjää harjoittaa toimintaansa päätoimisesti vain luonnossa ja näiden kahden lisäksi vielä yhden yrittäjän osaaminen on täysin liikuteltavissa ja siten arvokasta alan verkostolle.

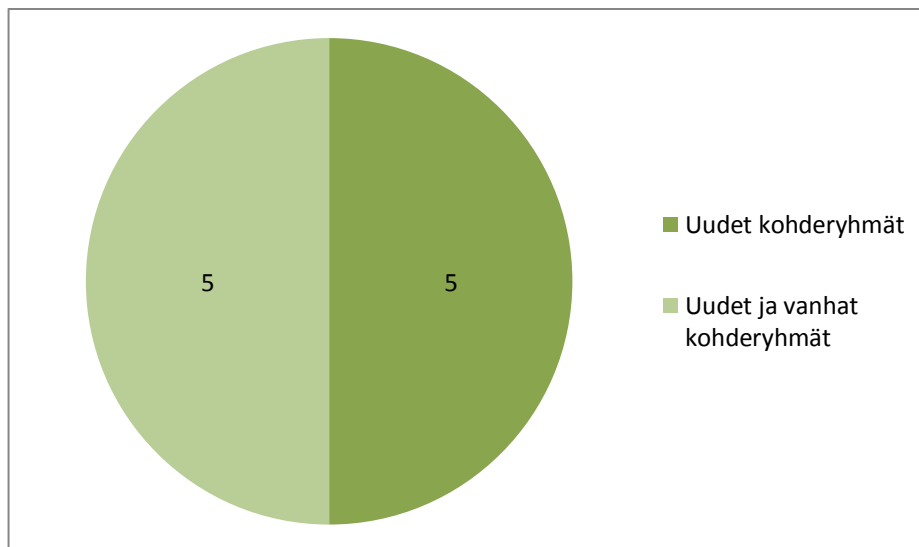
7.2 Teema 2: Jatko, kehittyminen ja tulevaisuus

Kaikki haastateltavat näkivät Green Caren mahdollisena osana yrityksensä tulevaisuutta ja kokivat, että menetelmien ja ajattelun rooli olisi kokonaisvaltainen ja kasvava. Useimmat kokivat, että ei ole mahdollista erotella mikä osa toiminnasta on Green Carea ja mikä ei, vaan he haluavat sen olevan kiinteä vaikuttaja taustatoimissa ja konkreettinen työväline arjen toiminnassa.

Kaaviokuva 1:stä on nähtävissä kuinka jokainen haastateltava uskoi mahdollisuuksiin tavoittaa uusia kohderyhmiä Green Caren avulla. Puolet uskoi pysyväänsä myös hyödyntämään jo olemassa olevia kohderyhmiään. Uusiksi mahdollisiksi ryhmiksi mainittiin yritysasiakkaat, kotimaiset ja kansainväliset ryhmät sekä erityisryhmät. Haastatellut uskoivat, että ostovoimaa löytyisi pääasiassa julkisen sektorin palveluita käyttävien asiakkaiden joukosta.

Haastatellut ovat tietoisia työhyvinvointimatkailun kasvupotentiaalista ja näkevät Green Caren olevan yksi keino houkutella TYHY-ryhmiä.

Kaaviokuva 1. Kohderyhmien tavoittelu ja hyödyntäminen



Green Caren tuotteisiin ja yritykseen mahdollisesti luoma lisäarvo koettiin olevan enemmän asiakkaiden kuin yrittäjän itsensä kokema. Yrittäjien kokema lisäarvo painottui Green Careen sidottuun markkinointiin ja yhteistyöhön sekä palvelun laadun lisääntymiseen.

7.3 Teema 3: Yhteistyö

Jokainen haastateltu oli kiinnostunut Green Care -yritysten välisestä yhteistyöstä. Haastatelluista henkilöistä 40 % totesi yrityksensä jo olevan mukana jonkin tasoisessa yhteistyössä lähialueen muiden yrittäjien kanssa. Tässä teemassa keskeisessä osiossa olleella verkostoitumisella tarkoitetaan yritysten tuomista yhteen ja näiden kesken tapahtuvaa konkreettista yhteistoimintaa. Verkostoituminen mahdollistaa palvelujen monipuolistamista ja toiminnan kehittymistä.

Odotukset verkostoitumista kohtaan kulminoituivat palvelujen yhdistämiseen ja yhteiseen näkyvyyteen. Yhteismarkkinointi ja yhteiset tuotteet ovat niitä asioita, joita verkostolta halutaan saada. Monikanavainen markkinointi on yk-

sittäiselle yrittäjälle liian kallista ja vaikeaa toteuttaa. Onnistunut monikanavainen markkinointi toteutuu tehtäessä yrityksen mainontaa yhtenevästi monen eri kanavan kautta. Kaikkien mahdollisten kohderyhmien saavuttamiseksi asiakkaita on tärkeää tavoitella eri kohderyhmille suunnatuin keinoin. Internet luo yritykselle useita kanavia markkinoinnin toteuttamiseen esimerkiksi yrityksen omat www-sivut ja sosiaaliseen mediaan luotavat yrityksen profiilisivut sekä hakukoneiden markkinoinnillinen käyttö. Paikalliset asiakkaat tavoitetaan usein perinteisellä lehtimainonnalla ja ”puskaradiolla”, mutta kansainvälisiä asiakkaita tavoiteltaessa internet on kaikkein tärkein ja välttämättömin kanava.

Yhteiset esitteet ja markkinointitempaukset keventäisivät markkinoinnin kuluja ja toisivat laajempaa näkyvyyttä. Yhteismarkkinoinnin potentiaalin yrittäjät näkevät varsinkin ryhmäasiakkaiden tavoittelussa. Yritysten yhteisesitteet olisivat hyvä keino markkinoida myös Green Carea terminä ja palvelujen tuottamistapana niin kuluttajille kuin muille alan toimijoille. Tavoiteltavien asiakasryhmien tietoon tulee saattaa miksi jokin yritys on Green Care -yritys. Jatkuvuus ja luotettavuus koettiin ainoiksi todellisiksi haasteiksi verkostoitumiselle. Yhteistyön tulisi ylettyä pidemmälle kuin yhteen yhteisjulkaisuun. Yhdessä tuotetut tuotteet vaativat hyvää luottamusta ja takuita yhteisestä laatu näkemystä. Green Care Finland ry:n laatimia toiminnan eettisiä ohjeita voidaan käyttää palvelun laadun suuntaviivoina ja niiden avulla yrittäjät voivat koostaa yhteistä näkemystä, jos sellaista on haasteellista muodostaa.

Yritykset ovat myös valmiita antamaan alan verkostolle paljon. He haluaisivat jakaa omien kokemustensa myötä saavuttamaansa osaamista ja antaa vertaistukea toisilleen. Tiloja ja välineitä sekä omia palveluita ollaan valmiita tarjoamaan yhteisten tuotteiden osasiksi. Joku on halukas ottamaan toisen palveluntarjoajan tuottamaan ohjelmasisällön majoituspakettiinsa ja toinen haluaa tarjota konsultointiapua ja koulutusta aloitteleville ja myös pidemmän linjan yrittäjille. Yrittäjät ovat innostuneita jakamaan oma erityisosaamistaan ja hyväksi havaittuja kontaktejaan.

Useassa haastattelutilanteessa yrittäjät esittivät toiveita toimivasta verkostoitumisen välineestä. Yrittäjien mukaan listaus alan toimijoista olisi kaikessa yksinkertaisuudessaan se oikea työkalu. Listauksen olisi varmaan parasta olla verkosta ladattava ja tulostettava julkaisu, johon olisi toimialoittain koottu kaikki Satakunnan alueella Green Care -toimintaa harjoittavat yritykset ja yhdistykset. Jokaisen toimijan kohdalta löytyisivät ytimekkäästi sen tarjoamat palvelut sekä ajan tasalla olevat yhteystiedot. Listausta laatiessa tulisi olla kriittinen sen suhteen, mitä toimijoita siihen otetaan mukaan. Haastateltavat korostivat haluavansa verkostoon mukaan vain asiasta aidosti kiinnostuneita ja niitä, jotka ovat valmiita toteuttamaan yhteistyötä ennakkoluulottomasti ja siihen panostaen. Listaus olisi paras toteuttaa toimialoittain jaolla eikä yritysten nimien aakkosjärjestyksen mukaisesti. Siten yrittäjän olisi helppoa ja nopeaa etsiä itselleen tarvitsemansa palvelu ilman, että hän joutuisi selaamaan koko listaa läpi kohta kerrallaan. Kiteytettynä listauksen idea olisi esitellä mitä palveluja Satakunnan alueella tuotetaan ja kuka niitä tuottaa.

7.3.1 Koulutustarve ja toiveet

Green Care -alan koulutusta on tarjolla toistaiseksi vain hajanaisesti. Vakiintunutta menetelmäosaamista ja siihen kouluttamista on saatavilla joillakin aloilla. Koulutuksen kehittämiseen tarvitaan lisää järjestäytymistä, tavoitteellisuutta ja suunnitelmallisuutta. Koulutusta kehitetään Green Caren kehittämisshankkeissa ja yhdistystoiminnan kautta yhteistyössä erilaisten koulutusorganisaatioiden kanssa. (Luonto hyvinvoinnin lähteenä 2013.)

Jokainen haastateltava oli kiinnostunut koulutuksesta, osa pienin varauksin. Mahdollisen maksullisuuden ja koulutuksen keston mainittiin olevan tekijöitä päätöksessä osallistua koulutukseen. Jokaisessa haastattelussa tuli esille toive siitä, että koulutuksesta ilmoitettaisiin ajoissa. Yrittäjän arki on kiireistä ja vaihtelevaa, joten koulutuksen päivämäärä olisi hyvä olla tiedossa jo viimeistään kuukausi ennen sen toteutumista. Optimaalista olisi kahden kuukauden varoitusaika, jotta jokaisella yrittäjällä olisi aikaa järjestää tuleva toimintansa mahdollistaakseen koulutukseen osallistumisensa. Haastatellut

henkilöt korostivat, että riittäisi kun koulutuksen päivämäärä ilmoitettaisiin ajoissa, muu informaatio voitaisiin toimittaa vasta lähempänä koulutuksen toteutumista.

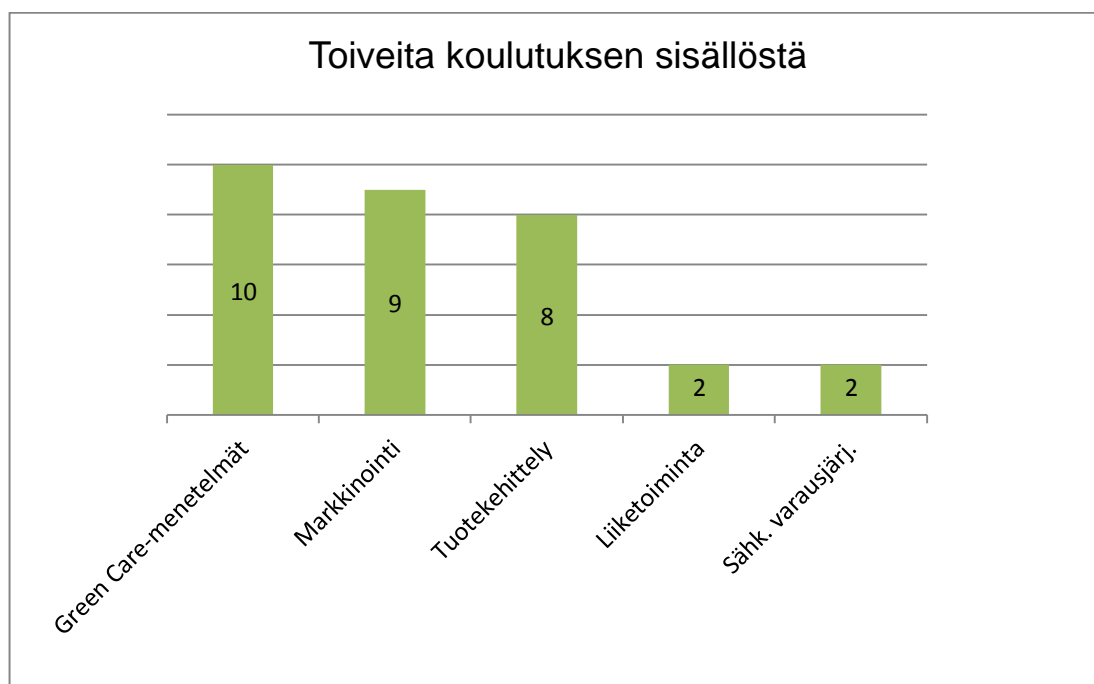
Osa oli sitä mieltä, että koulutuksen voisi jakaa eri osa-alueisiin, jotta yrittäjä voisi vapaasti valita itselleen tarpeelliset asiakokonaisuudet ja osallistua niihin. Valtaosa kannatti ideaa yhden päivän kestävästä tiiviistä koulutustapah- tumasta, sillä osallistuminen vaatii yrittäjältä yleensä kokonaisen päivän ajak- si oman toiminnan äärestä poistumista varsinkin silloin, kun tapahtuma järjes- tetään kaukana yrityksen toimipisteestä. Tämän vuoksi uskoisin kerralla to- teutetun kattavan koulutuspäivän olevan toimivampi vaihtoehto, näin osallis- tumisesta saatava hyöty jäisi aiheutunutta haittaa suuremmaksi.

Ajankohdaksi ehdotettiin lähes poikkeuksetta arkipäivää, mieluiten seson- kiajan ulkopuolelta. Koulutuksen pohjalta luodut tuotteet haluttaisiin saada myyntiin jo seuraavalle alkavalle kaudelle, joten niiden pitäisi olla myyntival- miita jo ennen sesongin alkua. Toivomuksissa kävi ilmi myös se, että koulu- tuksen materiaalin voisi saada sähköpostilla jälkikäteen, jos ei olekaan pys- tynyt osallistumaan koulutukseen. Toisinaan osallistumiselle tulee yrittäjästä riippumattomia esteitä kuten sairastapauksia. Koulutuksen haluttiin toteutu- van Satakunnan alueen sisällä, jotta osallistuminen ei jäisi matkan takia mahdottomaksi. Moni haastatelluista kaipasi mahdollisuutta päästä tutustu- maan muiden yrittäjien toimintaympäristöihin. Green Care on palvelujen tuot- tamismuotona niin uusi, että yrittäjät ovat uteliaita sen suhteen mitä muut te- kevät ja miten.

Yli puolet haastatelluista nosti tarkkoja toiveita siitä, miten he saisivat koulu- tuksesta parhaan mahdollisen hyödyn. He kokivat, että teorian tulisi edetä loogisesti käytännön yhteydessä. Ehdotettiin, että koulutuksessa käytäisiin yhdessä läpi yritysten omia jo olemassa olevia tuotepaketteja ja kehiteltäisiin niiden sisältöä. Näin voitaisiin löytää vanhoista tuotteista potentiaalia muun- tautua Green Care -tuotteiksi. Yrittäjät saisivat uusia ideoita ja näkisivät omat tuotteensa teoreettisessa viitekehyksessä. Tuotekehittelyn toivottiin pysyvän yritysten resurssien sisällä.

Yrittäjät eivät halua koulutukselta isoa kasaa teoreettista materiaalia omin voimin sovellettavaksi, vaan he haluavat, että heille osoitetaan oikeita käytännön keinoja toimintaan. Kouluttajan tulisi kannustaa yrityksiä löytämään uusia mahdollisuuksia ja johdatella näitä ottamaan ensimmäisiä kehitysaskeleita. Yrittäjät tuntevat kaipaavansa jonkinlaista ”tönäisyä” oikeaan suuntaan. Taulukko 2 esittelee koulutuksen sisältöä koskevia toiveita. Green Care -menetelmät koettiin tärkeimmäksi koulutuksen sisällöksi. Markkinointi ja tuotekehittely olivat myös korkealle arvostettuja, johtuen ehkä siitä, että näitä kahta asiaa yrittäjät toivovat voivansa tehdä yhteistyössä muiden kanssa.

Taulukko 2. Haastateltavien toiveita koulutuksen sisällöstä



7.4 Tulosten käyttö hankkeen tarkoituksiin

Haastatteluilla kerättyä informaatiota voidaan tuloksellisesti hyödyntää hankkeen tavoitteiden saavuttamiseen. Tulokset kiinnostuksista ja toiveista koulutuksesta ovat hyödyllisiä mahdollisen koulutuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. Valtaosalla yrittäjistä on tarkka näkemys siitä, mitä he haluavat saavuttaa koulutukseen osallistumalla. Onnistunut koulutustapahtuma tuo yrityksiä ja hanketoimijoita yhteen ja näin päästään lähemmäs toimivaa yh-

teistyöverkostoa. Tuloksilla on merkittävä vaikutus hankkeelle ja sen jatko-suunnitelmalle kokonaisuudessaan, sillä haastatteluilla saavutettiin tärkeää tietoa satakuntalaisista Green Care -yrittäjistä, Green Care -toiminnasta ja yrittäjien ajatuksista koskien tulevaisuutta. Koen, että myös toteuttamani haastattelutilanteet välillisesti saattoivat yrityksiä yhteen, sillä haastatteluissa keskusteltiin kattavasti yrittäjien yhteistyöhön liittyvistä toiveista. Tulokset olivat onnistuneita, sillä niissä ei esiintynyt suuria ristiriitoja. Yhteistyön kehittäminen on loogista, koska kaikki ovat siitä kiinnostuneita ja toivovat saavansa sen kautta samankaltaisia asioita. Tutkimusmenetelmän valinta ja sen keinoin haastattelun toteutus takasi sen, että haastateltuja ei johdateltu tietyn tuloksen saavuttamiseksi.

Tulokset ovat myönteisiä Green Caren jatkoa ajatellen sillä ne tukevat seuraavia välttämättömiä kehityssuuntia. Laatamani haastattelulomake ja sitä täydentävä haastatteluohje voidaan ottaa käyttöön ja sen avulla kerätä lisää käyttökelpoista informaatiota ja tukea tässä tutkimuksessa saavutettuja tuloksia. Haastatteluja voidaan suorittaa Satakunnan ammattikorkeakoulun Green Care -hankkeissa. Lisähaastattelut parantavat tietämystä Satakunnan alueen hyvinvointi- ja maaseutumatkailualan yrittäjien ajatuksista ja mielikuvista koskien Green Carea. Saman lomakkeen käyttö mahdollistaa tietojen vertailukelpoisuuden.

7.5 Mitä tutkimuksella saavutettiin

Mielestäni saavutin tutkimukseni tavoitteet ja sain kerättyä käyttökelpoista ja arvokasta informaatiota varsinkin Green Caren kehitystä ajatellen. Tutkimukseni tavoitteena oli saavuttaa syvä kontakti potentiaalsiin Green Care -yrityksiin ja saada aikaan konkreettisempi mielikuva. Työn tulosten valmistuminen nopeassa aikataulussa oli hankkeen ajallisen keston näkökulmasta arvokas seikka. Mielestäni haastattelutilanteissa haastateltaville jäsenyi näkemys heidän omista mahdollisuuksistaan Green Caren käyttöön. Osa yrityksistä sai uusia näkökulmia siitä, miten pitkälti heidän yrityksensä toiminta

on Green Care -ajattelun mukaista, ja kuinka paljon heillä on resursseja käyttää Green Carea sekä saavuttaa sen avulla uusia kohderyhmiä ja ostovoimaisia asiakkaita. Tutkimuksessa nousi esille samoja elementtejä ja tarpeita kuin muualla Suomessa ja sillä saavutettiin myös uutta tietoa. Mielenkiintoista on huomioida, että kaikki haastatellut henkilöt olivat naispuolisia yrittäjiä.

Toteuttaessani haastattelutilanteita huomioni kiinnittyi kohtaamisten aitouteen ja tilanteiden rauhallisuuteen. Uskon, että merkittävä tekijä kohtaamisten onnistumisessa ja saatujen vastausten totuudenmukaisuudessa oli se, että haastattelija oli opiskelija eikä ylempi auktoriteetti. Tutkimuksen tuloksilla on suuri merkitys Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeelle ja sen jatkotoimenpiteille sekä haettavalle lisärahoitukselle. Tutkimuksen tuloksista nousi konkreettisia keinoja jatkoon toteutukselle. Verkostoitumisen työvälineeksi toivotun Green Care -yrittäjälistauksen toteuttaminen on hyvä askel kohti toimivaa yritysverkostoa.

8 POHDINTA

Opinnäytetyö oli onnistunut, sillä se vastasi toimeksiantajan tarpeisiin ja sen avulla voidaan edistää Green Caren hanketyötä. Omien opintojeni osalta opinnäytetyöni oli onnistunut kokemuksena ja tuotoksena, sillä pääsin tekemään minulle uusia asioita ja kehittämään vuorovaikutustaitojani ja opin tutkimuksen suorittamiseen ja loppuun viemiseen liittyviä asioita. Jälkikäteen ajatellen olisin tehnyt joitakin asioita toisin, mutta juuri se on opinnäytetyön tarkoitus, että oppii asioita. Oppiminen on onnistuneinta silloin kun pystyy näkemään sen, mitä voisi tehdä paremmin. Käsitykseni ja taitoni Green Carea koskien kehittyivät koko tutkimuksen ajan. Opinnäytetyö opetti vastuunkantoa ja huomasin kuinka mielekästä oman tuotoksen aikaansaaminen on.

LÄHTEET

Ala-Ketola, S. 2014. Yrittäjä, Ali-Ketolan tila. Pori. Henkilökohtainen haastattelu 26.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Asikainen, P., Kahila, P. & Myllys, R. 2005. Hyvinvointipalvelut ja hoivayrittäjyys: Entrecare – hyvinvointialan yrittäjyyden kasvuprojekti Satakunnassa ja Etelä-Pohjanmaalla. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja A, Tutkimukset 4/2005.

Esiselvitys- ja tiedotushankkeen tiedotemateriaali. 2014. Green Care esiselvitys- ja tiedotushanke 1.9.2013–30.6.2014.

Green Care Finland ry:n www-sivut. Viitattu 20.4.2014. www.gcfinland.fi

Green Care – esimerkkejä Vihreästä hoivasta Suomessa. 2012. TTS:n tiedote: Asuminen, teknologia ja palvelut 2/2012 (666).

Green Caren toimintamallit. 2011. TTS:n tiedote: Asuminen, teknologia ja palvelut 6/2011 (662).

Green Care -toiminnan eettiset ohjeet. 2012. Tampere: Green Care Finland ry. Viitattu 20.4.2014. www.gcfinland.fi

Hannula, I. 2014. Yrittäjä, Inkun Aalloilla. Pori. Henkilökohtainen haastattelu 18.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Helakorpi, S., Patja, K., Prättälä, R. & Uutela, A. 2007. Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen ja terveys, kevät 2006. Helsinki: Kansanterveyslaitos.

Hongotar KY:n www-sivut. Viitattu 2.4.2014. www.hongotar.com

Inkun Aaltojen www-sivut. Viitattu 2.4.2014. www.inkunaalloilla.fi

Invalidiliiton www-sivut. Viitattu 24.4.2014. www.invalidiliitto.fi/portal/fi/

Jaakkola, P. 2014. Kulttuurisihteeri, Eurajoen kunta. Eurajoki. Henkilökohtainen haastattelu 31.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Jääskeläinen, J. 2000. Markkinoiden avaaminen ja kilpailun edistäminen sosiaalisektorin hyvinvointipalveluissa. Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriö. Tutkimuksia ja raportteja 15/2000.

Kananen, J. 2008. Kvali – kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kettunen, A. 2014. Yrittäjä, Lankosken Onnela. Merikarvia. Henkilökohtainen haastattelu 26.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Koivuniemi, S. 2014. Yrittäjä, Maatilamatkailu Koivuniemen herra. Pori. Henkilökohtainen haastattelu 27.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Korkiamäki-Villanen, J. 2014. Yrittäjä, Metsäterapia. Ulvila. Henkilökohtainen haastattelu 27.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Luomahaara, S. 2014. Yrittäjä, Korsuretket Oy. Jämijärvi. Henkilökohtainen haastattelu 17.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Luonto hyvinvoinnin lähteenä – suomalainen Green Care. 2013. VoiMaa! -hanke 2011–2013. Viitattu 12.4.2014. <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/hankkeet/greencare/voimaa>

Moisio, P., Karvonen, S., Simpura, J. & Heikkilä, M. 2008. Suomalaisten hyvinvointi. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.

MTT, THL & Lapin AMK 2014. Green Care -työkirja. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos sekä Lapin ammattikorkeakoulu. Verkkojulkaisu. Viitattu 23.4.2014. <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/hankkeet/greencare/voimaa>

Niittyniemi, K. 2014. Yrittäjä, Pikuliina. Merikarvia. Henkilökohtainen haastattelu 25.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Raitio-Vanhapaasto, A. 2014. Yrittäjä, Hongotar Ky. Honkajoki. Henkilökohtainen haastattelu 27.3.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Ruoho, Jaana. Sähköpostiviesti 28.4.2014.

Saari, P. 2014. Yrittäjä, Psykoterapiapalvelu Mentor. Rauma. Henkilökohtainen haastattelu 8.4.2014. Haastattelijana Emma Koivisto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Soini, K., Ilmarinen, K., Yli-Viikari, A. & Kirveennummi, A. 2011. Green Care sosiaalisena innovaationa suomalaisessa palvelujärjestelmässä. Yhteiskuntapolitiikka 76, 320–330. Viitattu 16.4.2014. www.julkari.fi/handle/10024/102903

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehyksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Yli-Viikari, A. 2011. Green Care Suomessa/MTT diasarja. Viitattu 18.4.2014.
www.tukinetti.net/toimialaselvitykset/16-maaseutumatkailu/672-green-care-suomessa-anja-yli-viikari-mtt.html

HAASTATTELULOMAKE

GREEN CARE-YRITYKSET

Haastattelijan nimi:

Haastattelun päivämäärä:

YRITYKSEN JA YRITTÄJÄN PERUSTIEDOT

Yrityksen nimi:

Paikkakunta, jolla yritys toimii:

Yrityksen tarjoamat palvelut:

Yrityksen yhteystiedot: puhelin:
sähköposti:
osoite:

www-sivut:

Kuinka monta henkilöä yritys työllistää ympärivuotisesti:

Haastateltavan henkilön nimi:

Haastateltavan henkilön toimenkuva yrityksessä:

Millaista erikoisosaamista yrityksestä löytyy?

TEEMA 1: GREEN CARE KÄYTÄNNÖSSÄ

Kertokaa omin sanoin, mitä ymmärrätte Green Caren tarkoittavan.

Onko Green Care mukana yrityksenne toiminnassa?

Jos on, niin millä tavoin?

Missä toimissa voisitte hyödyntää Green Care -ajattelua ja -menetelmiä?

Haluaisitteko hyödyntää Green Care -ajattelua toiminnassanne muutenkin kuin käytännön tasolla, kuten vaikkapa tuotesuunnittelussa, asiakaslupauksessa ja markkinoinnissa?

TEEMA 2: JATKO, KEHITTYMINEN JA TULEVAISUUS

Näettekö Green Caren osana yrityksenne tulevaisuutta?

Olisiko Green Care teille mahdollinen työkalu yrityksenne kehittämiseen?

Mikä on tai olisi Green Care -menetelmien rooli toiminnassanne?

Toisiko Green Care -toiminta uusia kohderyhmiä ja voisiko se auttaa yritystänne hyödyntämään jo olemassa olevia kohderyhmiään paremmin?

Toisiko Green Care -toiminta yritykseenne ja sen tuotteisiin konkreettista lisäarvoa?

TEEMA 3: YHTEISTYÖ

Kuinka kiinnostuneita olette Green Care -yritysten välisestä yhteistyöstä?

Millaisia odotuksia teillä on verkostoitumista kohtaan?

Mitä annettavaa yrityksellänne olisi alan verkostolle?

Olisitteko kiinnostuneita Green Care-koulutuksesta?

Jos olette, niin millaista koulutuksen tulisi olla, jotta saisitte siitä parhaan hyödyn?

Haluaisitteko koulutuksen käsittelevän esimerkiksi:

Green Care-menetelmiä ☐

Liiketoimintaa ☐

Tuotekehittelyä ☐

Markkinointia ☐

Sähköisiä varausjärjestelmiä ☐

Jotain muuta, mitä?

HAASTATTELUN TOTEUTUSOHJE

GREEN CARE -YRITYKSET

Tämä haastattelun toteutusohje on laadittu takaamaan haastattelutulosten yhtäläisyyttä ja vertailullisuutta. Ohjeeseen perehtymällä yrityshaastattelun pystyy toteuttamaan tuloksellisesti. Tulosten tarkoitus on edistää Green Care -toimintaa.

Haastattelun toteutus

Ensimmäinen askel haastattelun toteutuksessa on yhteydenotto haastateltavaan. Puhelinsoitto ja sähköpostiviesti ovat hyviä keinoja tavoittaa yrittäjiä. Puhelimitse on helpointa luoda ensimmäinen kontakti ja sopia tapaaminen. Kun tapaamisen ajankohta on selvillä, haastattelijan tulee kirjata muistiin osoite, jossa haastattelu tapahtuu sekä haastateltavan henkilön puhelinnumero mahdollisten muutosten varalta. Haastattelijan tulee myös ilmoittaa mistä numerosta hänet tavoittaa. Tämä on tärkeää varsinkin siinä tapauksessa kun haastattelija lähtee suorittamaan haastattelun yrityksen tiloihin eri paikkakunnalle.

Mukaan haastatteluun tarvitet haastattelulomakkeen ja kynän. Lyijykynä on suositeltava mahdollisten kirjoitusvirheiden varalta. On tärkeää pitää mielessä ja osoittaa haastateltavalle, että yksikään vastaus ei ole oikea tai väärä. Muista haastattelun päätyttyä kiittää haastateltua.

Perustieto-osuus

Haastattelulomakkeen ensimmäisellä sivulla on kohdat, joihin kirjataan haastattelun suorittaja ja päivämäärä ja yrityksen perustiedot. Haastattelija voi halutessaan etukäteen täyttää muutamia perustietokohtia kuten yrityksen yhteystiedot sekä haastateltavan henkilön nimi. Esitetyt tiedot on kuitenkin hyvä vielä tarkistaa haastattelutilanteen alussa. Yhteystiedot kerätään lomakkeeseen mahdollisia myöhempiä yhteydenottoja varten.

Kohtaan, jossa kysytään kuinka monta henkilöä yritys työllistää, voi halutesaan kirjoittaa mahdollisista osa-aikaisista työntekijöistä. Yritys saattaa työllistää kesätyöntekijöitä, syrjäytymisuhan alla olevia sekä muita osa-aikaisia henkilöitä, joita ei lueta ympärivuotisesti työllistetyiksi. Erikoisosaamiskysymyksen monet saattavat kokea hankalaksi, mutta hieman kannustamalla tässä kohtaa saa vastauksia. Haastateltava on helposti liian vaatimaton eikä tunnista omaa erikoisosaamistaan. Haastattelija voi poimia yrityksen tarjoamista palveluista seikkoja, jotka hän näkee erityisosaamisena ja tuoda niitä esille. Niistä voidaan sitten yhdessä haastateltavan kanssa pohtia mikä on sellaista osaamista, mitä ei muissa yrityksissä ole.

Teema 1: Green Care käytännössä

Ensimmäisessä kysymyksessä on tarkoitus saada haastateltavalta hänen aito käsityksensä omien sanojensa mukaan. Tässä kohdassa ei pidä kannustaa muuten kuin sanomalla vaikkapa, että ”Jos joku tuttavanne kysyisi teiltä mitä Green Care tarkoittaa, niin mitä vastaisitte?”. Tähän kirjoitetaan vastaus sellaisenaan. Loput tämän teeman kysymykset ovat hyvin linkittyneitä toisiinsa. Ensin kysytään onko Green Care osa toimintaa, kyllä vai ei. Ja jos on, niin millä tavoin ja miten haastateltava näkee yrityksen voivan hyödyntää sitä jatkossa. Halutaanko Green Carea hyödyntää käytännön tasolla vai muissa toiminnoissa, vai kenties molemmissa. Tämän teeman viimeisessä kysymyksessä mainitut tuotesuunnittelu, asiakaslupaus ja markkinointi tulee esittää nimenomaan esimerkkeinä, ei valmiina vastausvaihtoehtoina. Tähän kohtaan vastaus on oikea vaikka siinä ei mitään näistä kolmesta olisikaan.

Teema 2: Jatko, kehittyminen ja tulevaisuus

Toinen teema käsittelee sitä, millaisena yritys näkee mahdollisen jatkon Green Caren parissa. Ensimmäiseen kysymykseen ei ole pakko saada kyllä tai ei -vastausta, tärkeää on saada selville, kumpaan vaihtoehtoon haastattelija kallistuu enemmän. Esimerkiksi vastaus ”mahdollisesti” kallistuu enem-

män kyllä-vaihtoehtoon. Toisessa kysymyksessä Green Care mainitaan työkaluna ja sillä halutaan selvittää kokeeko haastateltava Green Caren todellisenä työvälineenä toiminnan kehittämiseen vai vain päälle liimattavana terminä, jonka voi mainita ohimennen.

Green Care -menetelmien roolin kartoitus on hieman haasteellista, varsinkin jos haastateltavalla ei ole paljon tietoa Green Caresta. Jos vastauksen muodostuminen on vaikeaa, haastattelija voi tiedustella onko rooli kokonaisvaltainen eli mukana sekä käytännön tasolla että tausta-arvoissa vai pystyykö Green Caren erottelemaan koskemaan vain joitakin toiminnan osia. Kohderyhmistä kysyttäessä voi tiedustella mitkä ovat jo olemassa olevat kohderyhmät ja sitä kautta auttaa haastateltavaa näkemään mitä näistä voisi ehkä hyödyntää paremmin. Puhuttaessa jo olemassa olevista kohderyhmistä ja niiden suuruuksista haastattelijan ajatus kulkeutuu paremmin kohti uusia mahdollisuuksia.

Viimeisellä kysymyksellä halutaan selvittää se kokeeko haastateltava Green Caren tuovan lisäarvoa yritykseen itseensä sekä sen palveluihin. Eli toisiko se konkreettista lisäarvoa molempiin vai toiseen näistä. Vai toisiko se lisäarvoa vain joihinkin yrityksen palveluihin.

Teema 3: Yhteistyö

Haastattelun kolmannen teeman tarkoitus on kartoittaa haastateltavan kiinnostus yhteistyöhön ja Green Care -koulutukseen, sekä toiveet verkostoitumisesta ja koulutuksen sisällöstä. Toisessa kysymyksessä kysytään ”Millaisia odotuksia teillä on verkostoitumisesta kohtaan?” ja siinä halutaan saada tietoon se, mitä kyseinen yritys haluaisi saada verkostolta. Sitä seuraa kysymys siitä, mitä annettavaa yrityksellä olisi muille. Ensimmäiseen ja neljänteen kysymykseen riittää kyllä tai ei -vastaus tai näistä jompaankumpaan kallistuva vaihtoehto.

Toiveet koskien koulutusta ovat tärkeitä selvittää, jotta mahdollinen koulutus pystytään toteuttamaan hyödyttäen kaikkia osapuolia. Viidennen kysymyksen

kohdalla kannattaa ensin kuunnella vastaus ja tarvittaessa täydentää sitä kysymällä mikä olisi paras ajankohta (arki vai pyhä, vuodenaika), kesto (kerta-luontoinen vai jaksotettu) ja miten koulutuksesta tulisi ilmoittaa (kuinka kauan ennen toteutusta). Viimeisessä kysymyksessä on tarjottu valmiit rastitettavat vaihtoehdot, mutta näitäkin voi tarkentaa tiedustelemalla haluaisiko esimerkiksi markkinointia käsiteltävän yleisesti vai Green Care -sidonnaisesti.